



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE EDUCAÇÃO

MARÍLIA GONSALVES BORGES SANTIAGO

**PARTICIPAÇÃO INFANTIL OU ROTEIRIZAÇÃO PARENTAL: AS
CRIANÇAS NAS REDES SOCIAIS**

BRASÍLIA - DF

2021



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE EDUCAÇÃO

MARÍLIA GONSALVES BORGES SANTIAGO

**PARTICIPAÇÃO INFANTIL OU ROTEIRIZAÇÃO PARENTAL: AS
CRIANÇAS NAS REDES SOCIAIS**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC)
apresentado ao curso de graduação em
Pedagogia da Universidade de Brasília,
como exigência parcial para obtenção do
grau de licenciada.

Orientadora: Profa. Dra. Etienne Baldez
Louzada Barbosa.

BRASÍLIA - DF

2022

Gonsalves Borges Santiago, Marilia

PARTICIPAÇÃO INFANTIL OU ROTEIRIZAÇÃO PARENTAL: AS CRIANÇAS NAS REDES SOCIAIS / Marilia Gonsalves Borges Santiago; orientador ETIENNE Baldez Louzada Barbosa. --Brasília, 2022. 55 p. Monografia (Graduação - PEDAGOGIA) -- Universidade de Brasília, 2022.

1. PARTICIPAÇÃO INFANTIL. 2. INSTAGRAM E TIKTOK. 3. TRABALHO INFANTIL. 4. REDES SOCIAIS. 5. INFÂNCIA E TRABALHO. I. Baldez Louzada Barbosa, ETIENNE, orient. II. Título.

MARÍLIA GONSALVES BORGES SANTIAGO

**PARTICIPAÇÃO INFANTIL OU ROTEIRIZAÇÃO PARENTAL: AS
CRIANÇAS NAS REDES SOCIAIS**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC)
apresentado ao curso de graduação em
Pedagogia da Universidade de Brasília,
como exigência parcial para obtenção do
grau de licenciada.

Orientadora: Profa. Dra. Etienne Baldez
Louzada Barbosa.

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Etienne Baldez Louzada Barbosa - Orientadora
Departamento de Métodos e Técnicas/ MTC
Faculdade de Educação/FE/UnB

Profa. Dra. Andrea Cristina Versuti
Faculdade de Educação/FE/UnB

Profa. Dra. Monique Aparecida Voltarelli
Faculdade de Educação/FE/UnB

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, que é bom.

Além d'Ele, ao meu esposo Daniel, pois sem o seu apoio, concluir esse curso teria se tornado muito mais difícil; à melhor orientadora, Etienne Barbosa; e a mim mesma por não ter desistido.

RESUMO

SANTIAGO, M.G.B. Participação infantil ou roteirização parental: as crianças nas redes sociais. 2022. Trabalho de Conclusão de Curso. Departamento de Métodos e Técnicas. Faculdade de Educação, Universidade de Brasília. Brasília, Distrito Federal, 2022.

Este trabalho se volta para as relações das crianças (que vivem o tempo de vida que caracterizamos como infância) com as redes sociais nas plataformas Instagram e *TikTok*, a partir dos perfis de dez crianças de 0 a 6 anos, tomando sete diferentes perfis nas referidas redes. O objetivo do estudo é compreender como as crianças comparecem nas redes sociais Instagram e TikTok e a sua participação na produção cultural digital, fazendo relação/reflexão entre a alta exposição de suas imagens com possível exploração de trabalho infantil artístico. Para que a construção desse trabalho fosse possível, ele possui como aporte teórico contribuições da Sociologia da Infância e de autores que pesquisam crianças e suas relações com as tecnologias. Foi possível observar a exposição da criança como atores sociais, participantes dessas produções, porém muitas vezes essa exposição pareceu compulsória para fins de promoção dos perfis e aumento de seguidores. Diante dessas constatações, fez-se uma busca do que a legislação trabalhista disciplina sobre a natureza dessa nova forma de atuação infantil nas redes sociais, todavia encontraram-se ainda muitas lacunas.

As pesquisas envolvidas neste trabalho trouxeram muito mais questionamentos do que certezas, tendo suscitado um debate entre as necessidades de regulação da atividade infantil nas mídias digitais de forma a protegê-la de abusos, e de se resguardar o direito de liberdade artística das crianças como seres capazes de deliberar sobre suas próprias vidas.

PALAVRAS-CHAVE: Crianças. Participação Infantil. Infância e mídias. Cultura digital.

LISTA DE IMAGENS

Imagem 1 – Perfis oficiais das crianças.....	26
Imagem 2 - Beatriz e sua história e gêmeas com sapatos trocados.....	30
Imagem 3 - Tweet de Eduardo Bolsonaro.....	37
Imagem 4 - Alice, Betina e Celine, e Juju Teófilo em posts publicitárias.....	39
Imagem 5 – Matéria da revista Veja sobre os lucros de Noah.....	40
Imagem 6 - Flávia em vídeo sobre sustentar seus pais.....	41
Imagem 7 – Bettina faz tutorial de maquiagem básica.....	42
Imagem 8 – Críticas à propaganda do Banco Itaú.....	45
Imagem 9 – Alice vira alvo de ódio no Twitter.....	46

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Perfis infantis e número de seguidores.....	23
Quadro 2 - Análise dos perfis e tipos de conteúdos.....	24

SUMÁRIO

MEMORIAL.....	10
INTRODUÇÃO.....	12
CAPÍTULO I - CRIANÇAS NA REDE: PARTICIPAÇÃO OU ROTEIRIZAÇÃO?.....	19
1.1. Perfis criados, seguidores compilados: a presença infantil no <i>Instagram</i> e <i>Tik Tok</i>	21
1.1.2. As crianças como são apresentadas em seus perfis.....	22
1.2. Autonomia nas escolhas do que se produz ou acompanhamento de um roteiro?.....	27
1.3. A Participação.....	31
CAPÍTULO II - CRIANÇAS NA REDE: CONSIDERAÇÕES E PROPOSIÇÕES.....	35
2.1. Os debates e as leis em torno do trabalho infantil artístico.....	36
2.1.1 Profissão: Criador de conteúdo.....	38
2.1.2 O brincar de ser vendedora ou vendedor em frente à tela.....	42
2.1.3. Publicidade com crianças e para crianças.....	43
2.2. O excesso de exposição: até que ponto os pais têm direito à imagem dos menores?.....	47
2.3. A Hipersexualização e as consequências psicológicas da fama nos pequenos.....	48
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	51
REFERÊNCIAS	53

MEMORIAL

Minha história no ensino formal começa numa escola pública, chamada Castelo Branco, em Nova Veneza, GO, uma cidade de apenas sete mil habitantes. Eu tinha quatro anos de idade e não me lembro do primeiro dia na escola, mas me lembro perfeitamente dos preparativos, no dia anterior. Me lembro da mochila de tecido, cheia de desenhos, e me lembro que quis dormir com a roupa de ir e a mochila nas costas, pois estava muito ansiosa e feliz.

Diferente dos meus irmãos, eu não chorei quando minha mãe me deixou lá, pelo contrário, minha mãe sempre diz que às vezes eu estava doente e não queria faltar à escola. Me lembro de gostar muito das professoras e dos colegas, me lembro das brincadeiras no recreio e de algumas atividades em sala e me lembro da amoreira enorme no pátio. Assim decorreram os primeiros dois anos da minha vida escolar, nas séries que chamavam na época, “Jardim II” e Pré-alfabetização”.

Devido ao meu bom desempenho na aprendizagem, a professora propôs que eu omitisse a primeira série e passasse diretamente para a segunda, mas minha mãe não autorizou, pois, segundo ela, para minha irmã mais velha isso não havia sido uma boa experiência.

O Ensino Fundamental II e o Ensino Médio, foram cursados em uma outra escola. Era uma escola de crianças crescidas e adolescentes, já não se via crianças brincando no recreio. Os alunos participavam mais ativamente do funcionamento e da rotina escolar.

Nessa escola eu descobri uma paixão pelas Ciências Naturais. A professora de Biologia e Química, Luci, me inspirou muito a escolher o curso de graduação que na época eu quis muito: Bacharel em Ciências Biológicas.

Um dia essa professora nos levou para conhecer a Universidade Federal de Goiás e eu me encantei com aquele universo. Naquela época, ano de 2007, era muito difícil ser aprovado no vestibular das universidades públicas. Eu estudei e passei, para o curso que eu queria, mas entre a primeira fase e a matrícula, encontrei outro caminho e tomei uma decisão muito marcante para a minha vida. Então desisti do curso, me tornei missionária da Igreja Católica e fiz vários tipos de trabalhos sociais, em alguns estados do Brasil e em outros países. Essa “aventura” durou nove anos, até que eu decidi não continuar.

Ao retornar à minha cidade natal, minha primeira providência foi retomar os estudos e finalmente, me graduar. Porém, já não me identificava com as Ciências Naturais, meu trabalho missionário me fez desenvolver um certo amor pelas Ciências

Humanas. Baseada em todas as habilidades que eu havia desenvolvido, escolhi o curso de Pedagogia e não poderia ter feito escolha melhor.

Logo na primeira tentativa, consegui ingressar na UFG. Trabalhava durante o dia e estudava a noite. Foi um ano incrível de descoberta do curso e da vida universitária. Uma professora em especial, Solange Magalhães, me inspirou no interesse pela Educação Infantil, aliás, compreender as concepções de infância ao longo da história transformou o meu olhar para a sociedade como um todo.

Ao final do primeiro ano de curso, me mudei para Brasília e consegui transferir meu curso para a UnB sem dificuldade. Ao contrário do que muitos pensam, os professores que conheci nas duas universidades públicas que tive a oportunidade de frequentar são extremamente competentes e comprometidos com as aulas, os projetos, os alunos, a educação e a sociedade de forma geral.

Eu aprendi muitas coisas incríveis nesta Universidade, mas com certeza, o maior diferencial da minha formação foi compreender o quanto nosso sistema educacional é excludente e o quanto um currículo escolar pode ser estruturante na sociedade. Compreender a educação como um instrumento político para formar os cidadãos que servirão ou não ao sistema, para mim, foi uma espécie de libertação, algo que desejo a todos os brasileiros e que me esforçarei de proporcionar aos meus alunos.

A opressão social é muito reforçada na relação professor aluno e desde muito cedo aprendi a “respeitar e obedecer” aos professores. Na Pedagogia aprendi a questionar e percebi que somos todos iguais, ensinando e aprendendo uns com os outros, ao mesmo tempo. O conhecimento é construído nas relações. Além dos muitos conhecimentos que pude ter acesso em forma de conteúdo acadêmico, um dos maiores aprendizados vem da humanidade admirável dos professores. Aprendi muito mais sobre gestão democrática na maneira justa como alguns professores conduziram a disciplina, que nos textos e artigos acadêmicos, por exemplo. Aprendi a acolher os alunos, a buscar soluções, a não os padronizar, a não os reduzir a um número. Aprendi a respeitar a diferença, a estimular o pensamento criativo, enfim, além de aprender muito sobre as ciências da educação, aprendi a ser mais humana.

Tendo compreendido a educação infantil como pilar fundamental para o desenvolvimento da criança enquanto ser humano, e, questionando qual seria a concepção de infância, na nossa atual sociedade, escolhi como tema de pesquisa a produção cultural infantil nas mídias sociais, já que existe uma grande discussão sobre o assunto, no que diz respeito à atuação nessas mídias, ser ou não ser “coisa de criança”.

INTRODUÇÃO

Este Trabalho de Conclusão de Curso se volta para a participação das crianças que possuem rede social nas plataformas Instagram e Tiktok ou que nelas comparecem por intermédio de adultos, sejam estes seus responsáveis ou familiares. Neste sentido, se coaduna com estudos que têm atentado para a situação de fala das crianças pequenas na mídia, o que se mostra e o que se esconde, como os de Girardello, Hoffmann e Sampaio (2021, p. 1), que pontuam ser urgente “a necessidade de se investigarem a fundo as relações da infância com a imagem, considerando o poder simbólico das indústrias midiáticas e dos interesses comerciais que veem as crianças mais como consumidoras do que como cidadãs”. De acordo com essas autoras, esta é uma pauta que diz respeito a toda a sociedade e não tem sido levada a sério pelas políticas que deveriam regulamentar as mídias, a fim de que os direitos de proteção das crianças sejam garantidos, o que vem sobrecarregando os educadores, considerados atualmente também como responsáveis pelos conteúdos consumidos e postados pelas crianças na internet.

Conforme apontado por Sampaio, Pereira e Cavalcante (2021), as crianças e adolescentes vêm tentando se fazer ouvir, enquanto na mídia, os adultos os enquadram em rótulos. Segundo esses autores, nas mídias sociais essas crianças assumem uma comunicação fortemente associada ao universo de consumo. Mostram o próprio consumo e demonstram desejos de consumo. Tendo conquistado tão precocemente a fama e o dinheiro, convidam e incitam outras crianças, e seus genitores, a percorrerem o mesmo caminho.

Sobre a questão de crianças exercendo sua participação na sociedade, é pertinente demarcar que, conforme entendimento legal, cunhado a partir de estudos na área da História, Estudos Sociais da Infância e discussões sociais e políticas em prol do direito das crianças, a criança é sujeito histórico, ator social, protagonista do ensino e produz cultura nas relações que trava com seus pares e outros adultos ao seu redor. De acordo com Corsaro (2011), um conceito que nos ajuda a entender a ação das crianças no mundo, é o de cultura de pares, que pode ser definida como um conjunto estável de rotinas ou atividades, valores, objetos e preocupações que as crianças produzem e compartilham, na interação com outras crianças, e com adultos. Para este autor, infância é um período em que as crianças não somente vivem suas vidas, em casa e na escola, mas elas também são uma categoria permanente na estrutura social, para além de seus papéis desempenhados

no interior da instituição educativa e da família. Este é um conceito historicamente novo. De acordo com Dip e Tebet (2019), ainda:

Os estudos das crianças por muito tempo estiveram ligados diretamente à família ou à escola, e sua socialização vinculava-se à instrução de valores da sociedade adulta, o que as levou ao silêncio e a uma posição marginalizada e passiva diante do mundo adulto, ainda que algumas teorias da Psicologia do Desenvolvimento (como as de Piaget e Vygotsky) já apontassem para a importância de um papel mais ativo da criança na produção de conhecimento. (DIP; TEBET, 2019, p. 35).

Pensando a presença nas redes sociais, não é possível ignorar o quanto a sociedade vem sofrendo influência e se adaptando à era digital desde que os smartphones foram criados e de termos a internet com várias opções de redes sociais na palma das mãos, 24 horas por dia. As crianças da última década nasceram num mundo hiper conectado, em que as tecnologias vêm moldando uma nova maneira de ser humano. De maneira especial, durante a pandemia da COVID-19, nos últimos dois anos, de acordo com a pesquisa TIC Domicílios 2020, o número de usuários de internet cresceu significativamente em razão da migração de atividades essenciais para o ambiente digital e da busca por entretenimento (CETIC, 2021). Por se tratar de uma realidade ser muito recente, não se sabe quais serão os impactos do mundo virtual no desenvolvimento dessas crianças. Estudos futuros nos dirão. Sabemos, entretanto, que elas vivem situações diversas em casa, na escola, na sociedade e nas mídias, e tentam dar sentido ao mundo em que vivem.

Dessa forma, não tem como não nos lembrarmos de Neil Postman (2005) e seu estudo crítico, do final da década de 1990, sobre a relação estabelecida entre infância, tecnologias e comunicação. O autor trata do desaparecimento da infância, no sentido das transformações contemporâneas, localizando uma criança que se assemelha muito ao universo do adulto (seja no que vestir, no modo de se expressar, nas atitudes e objetos de desejo). Elas estariam virando adultos precocemente. Uma crítica feita em um dado contexto, mas que nos coloca em reflexão constante quando lidamos com a relação travada entre as crianças e as redes sociais: estamos possibilitando mais um meio para exercerem seu protagonismo como atores sociais ou estamos nos aproveitando dessa ação? Ou ainda: há efetivamente um lugar de fala para as crianças e suas questões, ou o que estão falando só é escutado enquanto interessa a um universo relacionado diretamente ao mundo adulto, às questões adultas? Por exemplo: crianças tratando de maquiagem, reproduzindo músicas e com isso vendendo certos ritmos que estão direcionados a determinadas faixas etárias devido ao conteúdo de suas letras, etc.

Não se questiona o fato de que as redes sociais, sem dúvida, são importantes veículos de comunicação na atualidade. Nelas o indivíduo pode estabelecer vínculos afetivos, mostrar sua narrativa e viabilizar o encontro de pares por meio de uma identificação. Nos últimos anos, as plataformas *YouTube*, *Instagram* e *TikTok*, cresceram significativamente devido à produção de conteúdo remunerada, tornando-se uma nova possibilidade profissional e, literalmente, qualquer pessoa com acesso à internet pode criar vídeos e compartilhar suas opiniões e experiências nessas plataformas, inclusive as crianças, que podem ter a oportunidade de falarem de si mesmas.

Numa rápida pesquisa, pode-se constatar a existência de inúmeros perfis de crianças menores de treze anos, embora essa seja a idade mínima estabelecida pela maioria das plataformas para a criação de um perfil, de acordo com as políticas de privacidade contidas nos termos de serviços das referidas redes consultadas em julho de 2021. Muitas dessas crianças possuem milhões de seguidores. De acordo com um levantamento da Forbes, o *Youtuber* mais bem pago entre 2019 e 2020, com um faturamento de 29 milhões de dólares, é Ryan Kaji, uma criança de nove anos. Seus vídeos são focados no público infantil e trazem brincadeiras, experimentos e histórias divertidas. Além de Ryan, a sétima *Youtuber* mais bem paga, de acordo com a Forbes, é Nastya, de apenas seis anos, com um faturamento de 18,5 milhões de dólares ao ano. Ela acumula 190 milhões de inscritos em seu canal no *Youtube* e é muito popular também na plataforma *TikTok*. Apesar de ser russa, seu conteúdo faz muito sucesso entre crianças do mundo todo, por não possuir falas ou linguagem avançada. (DCI, 2020).

Diante disso, a questão que deu origem a esta pesquisa foi: as crianças são atores conscientes ou estão sendo manipuladas pelos adultos nas redes sociais? A hipótese aqui construída é a de que existam crianças com grande visibilidade no Instagram e Tiktok, mas que não saibam ou não tomem conhecimento de estarem sendo filmadas pelo adulto intencionalmente, não possuindo noção do uso e alcance de sua imagem, nem de seus ganhos financeiros ou do uso que se faz desses ganhos. Arelada a essa hipótese, está a observância da efetiva participação dessas crianças em discussões pautadas em temas que circundam a sociedade como um todo, o que nos direciona a outras perguntas, tais como: para quem dirigem suas falas e quem efetivamente as acompanha nessas redes sociais? São crianças falando para outras crianças ou elas produzem conteúdos consumidos por adultos também? Que temas mais comparecem entre as crianças pequenas? Quantos seguidores e que empresas comparecem atrelados ao perfil dessas crianças? São problematizações que fazem parte da narrativa aqui construída.

Demarcado o problema, o **objetivo geral** é compreender como as crianças comparecem no Instagram e TikTok e o seu protagonismo. Dessa forma, para atingir esse objetivo geral, três objetivos específicos foram pensados: 1) Identificar nas referidas redes crianças que estejam à frente de perfis; 2) Analisar as participações infantis nessas mídias e suas possíveis relações com o trabalho infantil; 3) Refletir, a partir de estudos científicos, a participação infantil na relação com as redes sociais.

Buscou-se observar quem são essas crianças, o motivo pelo qual ficaram conhecidas, a que classe social pertencem, se existe relação da raça ou etnia com a audiência, tema e número de seguidores, sobre o que elas falam e em que situações são filmadas e fotografadas.

Acompanhando essas crianças, ainda que à distância, é possível identificar um comprometimento do direito à privacidade. A partir de 2016, ano em que foi implementado o recurso denominado *stories* no *Instagram*, a privacidade das crianças ficou gravemente comprometida. Esse recurso permite que vídeos curtos e fotos apareçam em um *feed* à parte por somente 24 horas, e, a partir de sua popularização, a cultura de vídeos informais ganhou grande força, podendo abranger todos os tipos de usuários, desde a pessoa comum que pode compartilhar seu cotidiano com seus familiares e amigos, até os grandes nomes da mídia e as marcas, que se apropriaram desse espaço de forma comercial, para fins de publicidade. Assim, em alguns casos, toda a rotina da criança pode ser transmitida praticamente em tempo real. De acordo com Silva e Pereira (2021), o vídeo viral é uma produção audiovisual, geralmente amadora, feita por uma pessoa de um círculo íntimo, na qual ocorre a situação filmada que ganha grande circulação no ciberespaço, gerando um impressionante número de visualizações.

Há milhares de vídeos com crianças disponíveis no *YouTube*. O desejo de ver a infância em cena provoca sua viralização, desejo esse que pode se manter apenas à espreita, observador, sem interação ou intervenção, ou pode se apropriar das ferramentas do próprio *YouTube* e se expressar em comentários e avaliações. De uma forma ou de outra, esse desejo provoca a viralização. A infância, colocada no lugar do Outro, que pertence ao adulto, é, muitas vezes, tomada para o riso e para o entretenimento. (SILVA; PEREIRA, 2021 p. 26).

Na dinâmica de acompanhamento como usuária dessas plataformas, é possível observar que um vídeo caseiro despretensioso, de uma criança anônima, ao ser compartilhado milhares de vezes, pode gerar milhões de novos seguidores para o perfil dessa criança, ou de seus pais, em curto espaço de tempo. A grande visibilidade atrai contratos publicitários e, para que as pessoas continuem se interessando pelo perfil, é

preciso que a criança “produza conteúdo” compulsoriamente, de maneira que sua vida se vê muitas vezes transformada em um *reality show*, onde aparentemente ele é o protagonista, mas que, em muitos casos, não tem autonomia e consciência para decidir o que será contado de sua história.

De acordo com o conceito de Guizzo, Balduzzi e Lazzari (2019), para que a participação e protagonismo infantil ocorra, é imprescindível que haja liberdade, atrelada à autonomia e independência. Entrar na lógica capitalista de produção de conteúdo poderia interferir no tempo de aprendizagem da criança e na produção de cultura, assim como em suas relações com os objetos e com as pessoas em geral. Ao entrarmos no mérito de monetização das visualizações dos perfis infantis e contratos publicitários, é preciso questionar se a linha entre diversão e trabalho infantil artístico não foi cruzada. Para conceituar trabalho infantil artístico, toma-se como base a Organização Internacional do Trabalho (OIT) que, em sua Convenção nº 138, art. 8º, reconhece o trabalho infantil artístico, desde que haja respeito a condições especiais que preservem outros direitos fundamentais da criança, como a educação, o lazer, a convivência familiar e comunitária e não traga nenhum tipo de prejuízo ao desenvolvimento social e psíquico da criança. Nestes casos, uma autoridade judiciária deverá avaliar cada caso para saber se a atividade atende a todos os requisitos de proteção.

Em se tratando do caminho percorrido neste trabalho, demarca-se que se investigaram crianças de 0 a 6 anos que atuam em perfis no *Instagram* e *TikTok*, sendo que a idade mínima para a criação de perfis nessas plataformas é 13 anos. Essas plataformas foram escolhidas por suas características de conteúdos de curta duração, que geralmente retratam momentos íntimos e são atualizados com alta frequência. O recorte temporal tem como início o ano de 2017, quando o *TikTok* foi efetivamente criado¹, e o

¹ Seguindo a história do *TikTok* no site Ofinica da Net (2020), o mesmo era “uma rede social de compartilhamento de vídeos pertencente à ByteDance, uma empresa chinesa de Beijing e fundada por Zhang Yiming em 2012. Mas o aplicativo *TikTok* foi lançado mesmo em 2017 tanto para iOS quanto para Android, se tornando em não muito tempo uma febre mundial que hoje ameaça desbancar redes como Facebook e Instagram de seus lugares dominantes” (LIMA, 2020, s/p.). Já Rodrigo Barbosa (2020), community manager da plataforma no país, explicita o grande desenvolvimento de acesso a partir de 2020 no Brasil e reforça: “o TikTok é uma plataforma de conteúdo criativo para experiências divertidas e positivas e há uma diversidade incrível entre nossos usuários brasileiros, seja em idade, sexo, etnia ou carreira. Brasileiros de todas as esferas estão mostrando suas habilidades criativas e sua vida cotidiana de maneira única e particular, inspirando os outros através de suas experiências positivas e alegres. Brasileiros adoram conteúdo de humor e por isso são nossos preferidos – são os mais criativos e divertidos. Por isso o match do TikTok com o brasileiro foi tão bombástico. Temos o povo mais criativo, dentro de uma plataforma desenhada para o consumo e a criação de conteúdo criativo, e que pode ser feito de maneira rápida e divertida. E ainda por cima todo material pode ser personalizado aos seus gostos pessoais”. (BARBOSA, 2020, s/p).

final do ano de 2021, com o aumento da utilização das redes como grande meio de comunicação devido ao isolamento ocasionado pela pandemia da Covid-19. As pessoas ficaram em casa fisicamente, mas estavam em contato contínuo pela internet, incluindo as crianças que tiveram seu período de internet prolongado pelas atividades de ensino remotas. É para esse espaço de quatro anos que o presente trabalho se volta.

Destaca-se que a metodologia adotada é de cunho bibliográfico e observacional, conforme as características apontadas por Gil (2008), visto que foi desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos, além da observação do comportamento e das postagens nos perfis investigados, que teve como base as informações nas plataformas *Instagram* e *TikTok*.

Quanto ao procedimento, é pertinente demarcar que aqui se fez a escolha por cinco bases de estudos científicos, que são: Scientific Electronic Library Online (SCIELO), Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), Google Scholar, Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Educação (ANPED), Biblioteca Digital da Produção Intelectual Discente da Universidade de Brasília (BDM/UnB). O movimento aqui foi de visitar os acervos das referidas bases, utilizando das seguintes expressões: protagonismo infantil, crianças na mídia, crianças nas redes sociais, infância e mídias, trabalho infantil nas redes sociais, crianças *youtubers*, crianças no *Instagram*, crianças no *TikTok*. O recorte para os estudos encontrados considera os últimos cinco anos, evidenciando não somente a atuação das crianças, como também um debate conceitual em torno do protagonismo e participação de crianças. Por esse motivo que se faz um retorno temporal um pouco anterior à demarcação cronológica da pesquisa dos perfis infantis nas referidas redes.

Na BDM, a partir das expressões mencionadas acima, foram encontrados três trabalhos relacionados direta ou indiretamente com o tema. Os textos “O que as crianças contam nos vídeos do *Youtube*: o processo de letramento em contexto multimodal”, de Barbosa (2018); e “Crianças *youtubers* e suas produções culturais”, de Benn (2019), são direcionados à análise da linguagem, comportamento e produções culturais das crianças na plataforma *YouTube*, enquanto o texto “A proteção da criança nas relações de consumo: uma análise sobre publicidade infantil no Brasil” de Marques (2019), nos traz informações importantes sobre o que vem se discutindo a respeito da publicidade infantil e a vulnerabilidade da criança nas relações de consumo. Nas demais bases de estudos científicos foram encontrados outros textos que foram fonte de análise e estão devidamente referenciados neste trabalho.

Feita esta primeira apresentação, este trabalho se divide em dois capítulos. No primeiro, “Crianças na rede: participação ou roteirização?”, o objetivo é acompanhar e analisar a participação das crianças nas redes sociais e o que elas têm exposto e consumido, na relação com seus pares e com demais adultos. Já no segundo capítulo, intitulado “Crianças na rede: considerações e proposições”, o foco recai no estudo das leis de publicidade e trabalho infantil, além de levantar questionamentos sobre as consequências para as crianças da exploração de suas imagens desde muito cedo.

Tendo em vista que a maior parte dos trabalhos e pesquisas sobre cultura e participação infantil foram realizadas em contextos escolares, este trabalho nasce da importância de se buscar a cultura infantil evidenciada em outros ambientes, pois entender a criança como um ator social, capaz de protagonismo requer que o adulto mude sua visão e passe a observá-las a partir de suas várias formas de expressão.

1. CRIANÇAS NA REDE: PARTICIPAÇÃO OU ROTEIRIZAÇÃO?

É importante destacar que a questão originária de todos os outros questionamentos presentes neste estudo é sobre a concepção de infância na contemporaneidade, visto que se trata de um conceito que não é singular e sim plural. De acordo com Antônio e Dias (2014, p. 5), “a infância e a criança sempre existiram, porém, o olhar sobre elas e a preocupação com suas aprendizagens, gradativamente foi modificado com a evolução histórica da sociedade”. Assim, para definirmos infância, neste trabalho, adotaremos o conceito de Sarmiento (2005), que compreende a infância como uma categoria social constituída pelas crianças, sendo que estas são atores sociais concretos que em cada momento integram a categoria geracional.

Segundo Antônio e Dias (2014), a globalização e os avanços tecnológicos muito contribuíram para a modificação da compreensão de infância, sendo que esta adquiriu mais visibilidade em diversas áreas do conhecimento. Para essas autoras, a infância possui muitas dimensões e sentidos, e é importante refletir sobre as potencialidades dos sujeitos que estão inseridos neste período da vida.

Em muitos momentos não conseguimos imaginar todas as potencialidades da criança, já que em determinados períodos acabamos subestimando a inteligência e a criatividade delas. Muitas vezes não paramos para ouvir e ver o que estão fazendo e como estão se desenvolvendo, deixando nossa experiência adulta atravessar a cultura da infância, e desta forma, os adultos não permitem que o sujeito que encontra-se na infância por si só mostre sua expressividade e linguagem. (ANTONIO; DIAS, 2014, p. 5).

Ora, as redes sociais, neste sentido, poderiam ser um canal útil de fala a essas crianças, a fim de que possam se expressar? Entende-se que as crianças têm voz e que não se trabalha com a questão da escuta como se os adultos dessem voz à elas, todavia, o que se coloca em evidência aqui é a ocupação desse lugar nas redes sociais, quando os pequenos podem não somente ver, como também se dar a ver, demonstrando que ali também é o seu lugar, uma vez que é sujeito histórico e tem o mesmo direito que os adultos de ali estar. Essa é a questão que circunda as discussões aqui propostas.

E a busca pela sua resposta e compreensão na relação com os debates em torno das concepções de infância, criança e educação, se atenta para as legislações vigentes. Em 1990, o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) reconhece que a criança é um sujeito de direito, e um desses direitos é o da comunicação. De acordo com Sampaio,

Pereira e Cavalcante (2021), depois de muito serem silenciadas ao longo da história, as mídias vêm possibilitando um espaço de expressão das crianças, sendo que sua presença é viabilizada com a autorização prévia de pessoas adultas.

Sua participação depende de uma série de autorizações, que podem incluir os pais e/ou responsáveis, profissionais de comunicação, juízes etc. A própria dinâmica da participação infantil, quanto à possibilidade de falar, o que dizer, como dizer e a hora de falar ou calar, inscreve-se, assim, em uma ordem discursiva adultocêntrica. (SAMPAIO; PEREIRA; CAVALCANTE, 2021, p. 15).

Como pontuam Loureiro e Marchi (2021, p. 2), existe um debate acadêmico em torno do tema da relação das crianças com as mídias e esse “tem sua origem nas incertezas e transformações sociais mais amplas que, no contexto da nossa modernidade tardia, atingem as diversas instituições sociais e, assim, alteram também as relações intergeracionais”. Nos polos antagônicos desse debate, as autoras apontam a presença do grupo dos “utópicos”, que demonstram ser importante o comando que a criança tem das tecnologias, pois isso configura uma ação crucial para o futuro desse sujeito, e o grupo dos “pessimistas”, que apontam que essa relação da criança com as mídias pode colocá-la em perigo ou torná-las os algozes, as pessoas perigosas. Todavia, as autoras apontam que os dois grupos acabam demonstrando uma compreensão da infância como natural e universal, o que é um equívoco de entendimento.

Assim, os discursos dominantes acionam representações culturais e históricas sobre a infância, onde as crianças são representadas de formas diversas e, muitas vezes, antagônicas: ora como naturalmente inocentes e vulneráveis, ora como ardilosas e precisando de controle ou, ainda, como sábias e empoderadas. (LOUREIRO; MARCHI, 2021, p.03).

Ainda segundo as autoras, o grande desafio é o entendimento dos adultos em relação a um movimento midiático que por eles não foi vivenciado enquanto crianças que viveram o tempo da infância, além de tratarem o tema sempre com um posicionamento de falar sobre a criança e não com ela para se obter as compreensões e, a partir dela, pensar nas proposições sociais e normativas. Elas concluem se posicionando sobre essa pertinência da escuta e participação ativa da criança, escrevendo que, se todos os envolvidos no debate (pais, professores, legisladores, pesquisadores, etc.), “quiserem obter conhecimento sobre as relações e usos que as crianças estabelecem com as mídias digitais, se quiserem saber o que ocorre quando elas as utilizam, é preciso levar em

consideração o que as próprias crianças têm a dizer sobre isto”. (LOUREIRO; MARCHI, 2021, p. 16).

Neste momento, o foco recai sobre o que as crianças dizem por si só, ainda sem serem consideradas diretamente no diálogo com o presente estudo. Ou seja, elas são vistas e ouvidas por aquilo que postam na rede e aqui suas participações são complexadas, refletidas, diante de um debate que tem sido circundado nos estudos e pesquisas sobre a relação das crianças com as mídias. Dessa forma, este capítulo se divide em dois subitens, sendo o primeiro aquele que indica a presença das crianças nas redes *Instagram* e *TikTok* e o segundo o que aponta as relações com a participação infantil na sociedade.

1.1. Perfis criados, seguidores compilados: a presença infantil no *Instagram* e *TikTok*

Quando se trata de relação entre crianças, tecnologias digitais e a forma como ocorre a mediação dos adultos, diversos estudos têm apontado a relevância de se considerar o tempo de tela das crianças; os aspectos culturais, sociais, econômicos e políticos envolvidos; o protagonismo das crianças ligado ao consumo, à autoria e ação cidadã e a dimensão educativa, que permite pensar os princípios éticos, políticos e estéticos, bem como tudo que se relaciona com uma intencionalidade pedagógica. (BUCKINGHAM, 2010; FANTIN, 2018; FANTIN, GIRARDELLO, 2016; GIRARDELLO, FANTIN, PEREIRA, 2021).

Os aspectos listados no parágrafo anterior são considerados quando vislumbramos os perfis das crianças nas redes sociais aqui identificadas: *Instagram* e *TikTok*. De acordo com seus termos de uso, o *TikTok* é uma plataforma líder para criar e compartilhar vídeos curtos, de quinze segundos até três minutos de duração, que oferece amplos recursos de edição e dá bastante espaço para a criatividade dos usuários (TIKTOK, julho, 2021). Inicialmente essa plataforma era referenciada como um espaço para compartilhar coreografias, porém, com o passar do tempo os usuários começaram a viralizar contando histórias pessoais, dublando pessoas famosas, etc.

Já o *Instagram* é uma rede social voltada para o compartilhamento de imagens instantâneas, seja através de fotos ou vídeos. De acordo com os termos de uso dessa plataforma, a missão do *Instagram* é “fortalecer seus relacionamentos com as pessoas e com as coisas que você adora” (INSTAGRAM, julho, 2021). Oferece oportunidades personalizadas de criar, conectar, comunicar, descobrir e compartilhar, além de conectar o usuário com marcas, produtos e serviços. Para este estudo, foram observadas 10

crianças de 0 a 6 anos, brasileiras, que estão à frente de 7 diferentes perfis das redes *Instagram* e *TikTok*, no período de março de 2021 a fevereiro de 2022.

Os critérios utilizados para a escolha das crianças pesquisadas foram: número de seguidores superior a 300 mil em pelo menos uma das plataformas pesquisadas; a presença de propagandas publicitárias nos perfis vinculadas à imagem das crianças; e frequência diária de postagens de vídeos e fotos nas redes. Além disso, não foram escolhidas crianças filhas de pessoas famosas, pois estas, de certa forma, acabam herdando o grande público de seus pais e, para esta pesquisa, é importante observar o esforço dos pais anônimos tanto para alcançar a fama de seus filhos, como para manterem o engajamento nas redes através de sua imagem. É pertinente ressaltar que a essa escolha se agregou o fato da pesquisadora já acompanhar essas crianças na rede anteriormente a pesquisa, sendo esse um fator também de seleção para a observação aqui realizada.

Todas as crianças pesquisadas são brancas, de classe média, pois apesar desse não ter sido um critério de escolha, não foram encontrados criadores de conteúdos negros ou indígenas nesta faixa etária com números de seguidores e engajamento publicitário relevantes o suficiente para os critérios desta pesquisa. Esta constatação corrobora com o que dizem Sampaio, Pereira e Cavalcante (2021, p. 15), sobre os rótulos que a mídia vem imprimindo sobre as crianças e adolescentes ao longo das décadas. Segundo esses autores, crianças e adolescentes têm sido, com frequência, enquadrados sob enfoques extremos, que os configuram como objetos de amor ou de ódio, de maneira que algumas assumem uma condição de “objetos de paparicação pública” merecedores de proteção, e outros são classificados como ameaça à sociedade, alvos de “práticas de extermínio”. Esse extermínio também se reflete na não-visibilidade dessas crianças na mídia em geral.

1.1.2. As crianças como são apresentadas em seus perfis

Antes de avançar com os questionamentos sobre a participação infantil nas referidas redes, faz-se necessária a apresentação das crianças, assim como de alguns aspectos pertinentes que podem ser observados em seus perfis. A tabela abaixo contém os dados dos perfis pesquisados nas referidas plataformas, organizada pela ordem crescente de idade das crianças e apresentando o número de seguidores tanto no *Instagram* quanto no *TikTok*.

Quadro 1: Perfis infantis e número de seguidores

NOME DA CRIANÇA	NOME DE USUÁRIO	IDADE	SEGUIDORES NO INSTAGRAM	SEGUIDORES NO TIK TOK
FLÁVIA	@flavinhalouse	1 ANO	946 MIL	10,1 MILHÕES
ALICE	@morganasecco	2 ANOS	3,5 MILHÕES	4 MILHÕES
NOAH	@euamonono	3 ANOS	1,1 MILHÃO	6 MILHÕES
ALICE e BEATRIZ	@gemeasdafer	3 ANOS	777 MIL	2,3 MILHÕES
BENTO e BERNARDO	@leopaidosbe	3 ANOS 4 ANOS	895 MIL	1,2 MILHÃO
CÉLINE e BETTINA	@bettinaeceline	4 ANOS 5 ANOS	1,4 MILHÕES	72 MIL
JUJU TEÓFILO	@jujuteofilo	5 ANOS	2,4 MILHÕES	2,2 MIL

Fonte: Dados retirados das plataformas *Instagram* e *TikTok* (17/08/2021)

Um rápido relance no quadro já permite observar que existem entre as crianças aquelas que chamamos de bem pequenas e que poderiam estar frequentando as creches (de 1 ano e 7 meses a 3 anos e 11 meses), conforme a BNCC (2018, p. 44). Crianças que alcançam com tenra idade aquilo que seus pais não conseguiram: a fama das redes sociais. Muitas delas ainda não falam, mas a sua expressão gestual já é alvo do olhar dos seguidores. As trocas que antes essas crianças fariam mais com outras crianças – em instituições oficiais de educação, como creches e pré-escolas, ou outros espaços sociais de convivência, como parques, praças, shoppings, pilotis², etc. – são feitas em sua maior parte com adultos, cujo público representa a maioria de seus seguidores, embora as crianças continuem frequentando aqueles espaços.

Dando sequência, no quadro a seguir dispõem-se de algumas informações mais detalhadas sobre a trajetória das crianças e seus perfis, o tipo de conteúdo produzido por cada uma, bem como do seu comportamento frente à tela e alguns aspectos relevantes sobre a interação delas com seu público, com sua família e com seus pares.

² “O pilotis é uma transição entre os espaços públicos e privados nas edificações. Geram áreas de circulação ou permanência, abrigados do sol e da chuva, bem ventilados, em que o ritmo, a disposição e escala dos pilares podem criar perspectivas e percursos bastante interessantes. (...) Em Brasília, os pilotis deveriam ser preservados livres e sem barreiras, por se tratar de característica fundamental do plano da cidade, mencionada com clareza no memorial descritivo elaborado por Lucio Costa. O fechamento dos pilotis, além de ir contra a ideia da concepção desse elemento arquitetônico, no Plano Piloto é um ato que vai contra o próprio código de obras de Brasília”. (ANGELIS, 2014, s/p).

Quadro 2: Análise dos perfis e tipos de conteúdos

CRIANÇAS	ASPECTOS PERTINENTES
Flávia Louise	Com apenas um ano e meio de idade, ela ainda está desenvolvendo a fala, mas já atua em pequenos vídeos, consegue decorar pequenos textos e seguir o roteiro proposto pelos pais. Aos seis meses de idade, seus genitores iniciaram sua exibição no <i>TikTok</i> . Um vídeo de Flávia nessa idade, se divertindo na banheira enquanto sua mãe lava seu cabelo, foi visualizado mais de 72 milhões de vezes na plataforma. Flávia é um bebê como outro qualquer em sua idade e é filmada enquanto brinca e corresponde aos estímulos de seus pais, porém os vídeos são editados conforme a estética do aplicativo, de forma que se tornam interessantes para o público. Os seguidores testemunham quase em tempo real os primeiros passos, as primeiras palavras, a introdução alimentar, a primeira viagem à praia, enfim toda a rotina da criança e sua relação com sua família. A construção da imagem de Flávia parece ser propositalmente planejada por seus pais.
Alice	Alice tem apenas dois anos e seu sucesso é recente nas redes sociais. O perfil em que são postados seus vídeos e fotos pertence à sua mãe. Até o momento atual, o nome de usuário e a foto do perfil ainda fazem referência à mãe de Alice e não a ela própria. O objetivo inicial do perfil era divulgar o trabalho de fotógrafa da mãe de Alice. A partir de um vídeo do dia 14 de maio de 2021, em que Alice aparece brincando de repetir palavras difíceis, a criança se tornou alvo de grande interesse das mídias, dos usuários do <i>Instagram</i> e das marcas. A criança não entende que está sendo filmada e apenas uma pequena parte de sua rotina é mostrada. Em alguns vídeos ela conta histórias que sabe de cor, em outros ela inventa espontaneamente as histórias e conta em voz alta. Geralmente é mostrada desenhando, ou brincando de fazer música. Sua característica mais marcante é a linguagem bem desenvolvida para sua idade.
Noah	Com apenas três anos de idade, o primeiro vídeo de sucesso com a imagem de Noah nas redes sociais o mostra em um momento familiar filmado por sua mãe, em que ele diz “você não pode ficar brava comigo porque você é minha vida”. A ternura desta fala do menino o levou a um aumento muito rápido no número de seguidores, a partir de então podemos notar um grande aumento na produção de vídeos e fotos no perfil do garoto e aparecimento de propagandas publicitárias. A rotina de Noah é mostrada diariamente nos stories.
Alice e Beatriz	As gêmeas idênticas de apenas três anos de idade possuem o diferencial de mostrar um conjunto estável de rotinas ou atividades que as irmãs gêmeas realizam, bem como valores, objetos e preocupações que compartilham em suas interações. A mãe, que administra o perfil, compartilha detalhadamente a rotina das gêmeas, seus diálogos e suas descobertas. Nas postagens as duas aparecem interagindo entre si ou com familiares, de forma que raramente demonstram ter consciência de um público.

Quadro 2: Análise dos perfis e tipos de conteúdo (continuação)

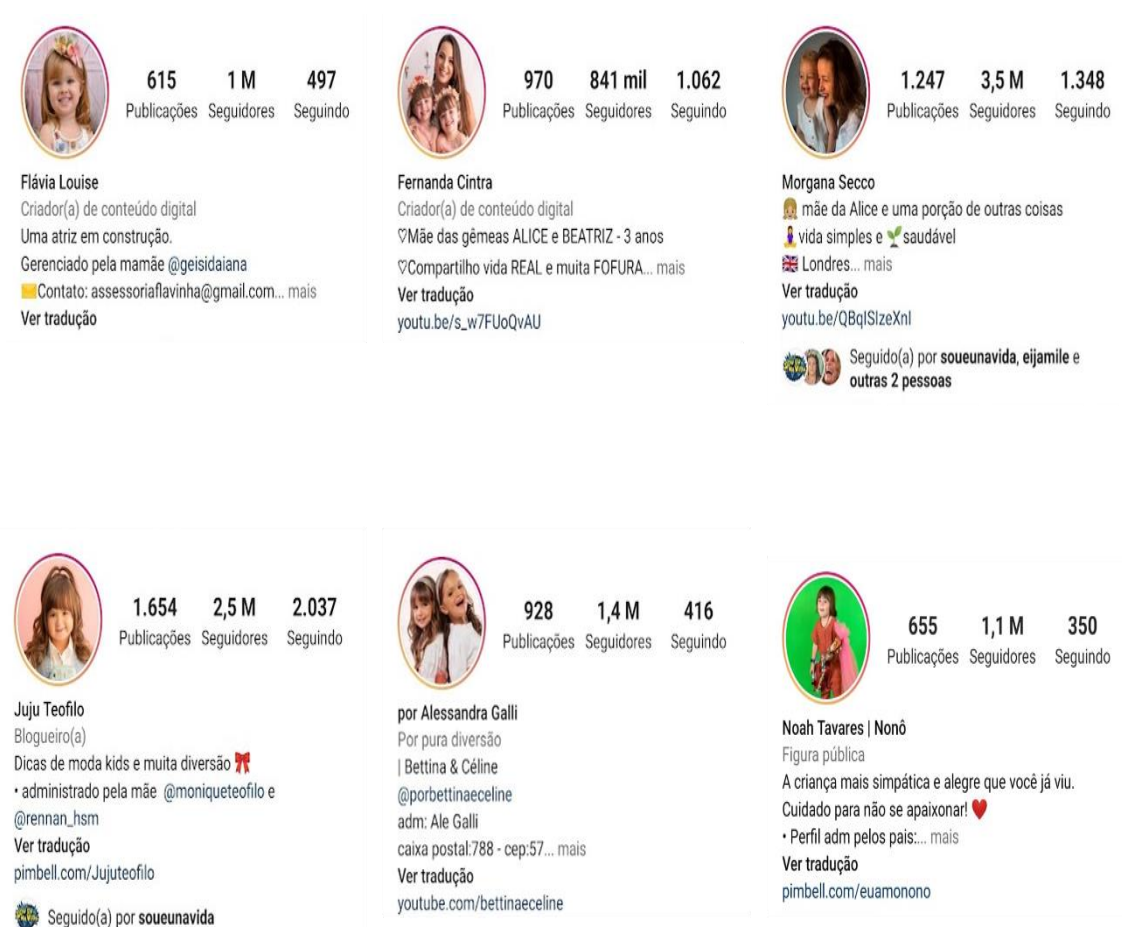
	O perfil de Bernardo e Bento, de 4 e 3 anos, respectivamente, possui o diferencial de mostrar a interação entre dois irmãos de idades diferentes. Os
--	--

Bento e Bernardo	dois interagem diretamente com a câmera e pedem a interação de seus seguidores usando assim, uma linguagem que é típica dos produtores de conteúdos infantis no <i>YouTube</i> (olhar para a câmera como se estivesse tratando com a pessoa que assiste e pedir que curtam o vídeo, a página, que deem <i>like</i>). As entrevistas que o irmão mais velho faz com o menor chamam a atenção para a cultura infantil e para o sentido que as crianças dão ao mundo a sua volta.
Céline e Bettina	Bettina e Céline são irmãs, com 5 e 4 anos, respectivamente. O perfil utilizado por elas no <i>Instagram</i> , foi criado por sua mãe. As primeiras postagens são fotos comuns, da rotina familiar. A partir de 2019, começaram os <i>posts</i> onde as duas crianças interagem conscientemente com a câmera e recitam textos previamente decorados. Nos stories vê-se a rotina das duas meninas sendo compartilhada mais detalhadamente. A mãe é quem filma ou fotografa na maioria das vezes, porém em muitos momentos vemos que as próprias crianças também acessam a câmera e brincam de conversar com os seguidores, dão conselhos, mostram o que estão vestindo e “ensinam” maquiagem. O crescimento do número de seguidores e <i>likes</i> é gradativo e, desde muito cedo, os conteúdos postados apresentam narrativas elaboradas com figurinos e textos decorados, com pouco espaço para a espontaneidade. As postagens mais recentes neste perfil, mostram uma tendência a um conteúdo motivacional e educativo para adultos. Muitas vezes vê-se as meninas dando dicas de relacionamento amoroso para as seguidoras.
Juju Teófilo	Com seus 5 anos de idade, Juju é uma das <i>influencers</i> infantis conhecidas há mais tempo. Ela aparece já em janeiro de 2018 numa postagem, comemorando seus primeiros 100 seguidores, o que pode indicar que o perfil tenha sido propositalmente iniciado para a exposição da imagem da criança. Desde os dois anos de idade, ela interage diretamente com a câmera e com os seguidores. Ela se auto intitula “blogueira”, e reproduz pensamentos adultos sobre relacionamentos e dietas emagrecedoras, que deixam os seguidores em dúvida se suas falas são decoradas ou não.

Fonte: Dados retirados dos perfis nas plataformas *Instagram* e *TikTok* – formulado pela autora

Em um esforço interpretativo, é possível classificar em alguns eixos a presença e atuação das crianças em suas páginas: 1. A vida da criança ‘como ela é’ poderia ser um desses motes, ou seja, filmada nas ações corriqueiras, como acontece com Flávia, Louise, Noah, Céline e Bettina; 2. A desenvoltura- na dicção de uma criança muito pequena, que chama atenção e encanta as outras pessoas, como no caso de Alice; 3. A interação entre crianças que são gêmeas, que chama grande atenção do público – como Alice e Beatriz. E, no oposto, também a interação entre irmãos/irmãs de idades diferentes, como Bento e Bernardo e Céline e Bettina; 4. O compromisso também com uma roteirização das rotinas, das conversas, das ações, muitas vezes devido a uma tentativa ou já um contrato estabelecido com algumas marcas, como Céline, Bettina e Juju Teófilo. A imagem a seguir faz uma compilação dos perfis indicados.

Imagem 1: perfis oficiais das crianças



Fonte: Instagram, março de 2022 – elaborado pela autora

Observa-se que, sendo parte ou não de uma consulta e construção conjunta com as crianças, os perfis permitem rapidamente identificar o tema central de cada perfil, além, é claro, de expor os números de publicações e seguidores (que já demonstram o engajamento possível de cada criança e seu poder de fazer circular assuntos, produtos, etc.). O que Flávia Louise entende sobre ser atriz? Que significado essa profissão ou palavra tem para a pequena, sendo que foi a escolhida para defini-la, por exemplo? Pergunta semelhante pode ser realizada ao visualizar o perfil de Juju Teófilo: como ela tem acesso e conhecimento de moda infantil? O que caracteriza diversão para a pequena, considerando estar essa ali aliada a moda *kids* e a uma publicização de suas ações?

Outra característica que chama atenção, descrita pelos pais de algumas das crianças, é aquela que faz uma relação direta com sentimentos que os pequenos e pequenas podem suscitar nos outros: como paixão devido a tanta “fofura”, simpatia e

alegria. As crianças não teriam momentos em que não agissem de forma simpática, alegre e fofa nas redes sociais? Quando que uma tensão comparece na sua página? Ou não comparece uma vez que tal exposição demonstraria aos seguidores algo distante das características centrais apontadas?

Outras reflexões podem ser feitas em busca de aprofundamentos, tais como aquelas que se relacionam diretamente a imagem das crianças, principalmente das meninas: brancas, cabelos compridos e lisos. Nesse sentido, brevemente, pode-se localizar estudos que, desde a década de 1990, ao se voltarem para a população negra, refletem sobre a branquitude e ao fato de que as pessoas brancas são racializadas uma vez que herdaram os privilégios de serem como são, os benefícios da sua racialidade. Como pontua Piza (2002, p. 71), a pessoa assim racializada parte de “um lugar estrutural de onde o sujeito branco vê aos outros e a si mesmo; uma posição de poder não nomeada, vivenciada em uma geografia social de raça como um lugar confortável e do qual se pode atribuir ao outro aquilo que não se atribui a si mesmo”. E com isso seria possível pensar, em análises futuras, sobre o racismo estrutural e sobre a identidade racial branca quando esses estratificam a sociedade e, nesse caso, a própria ação das crianças na mídia, no sentido de notoriedade maior para umas e não para outras (FANON, 2008; CARDOSO, 2010; ALMEIDA, 2018).

Além disso, também notamos que as famílias das crianças observadas se encaixam nos padrões de família tradicional perfeita. Este modelo continua sendo divulgado pela propaganda e é formado por pai, mãe e filhos, apesar de todas as transformações que vêm influenciando os modos de organização social, inclusive na formação de famílias diversas. De acordo com Ataíde (2013), ao levantar o desejo de sermos tão felizes quanto a família dos comerciais, a publicidade instiga em nós o consumo. Segundo o autor, as dinâmicas de consumo desde o seu princípio são influenciadas pelo ambiente familiar, nosso primeiro meio social. Dessa forma, há uma naturalização de uma performance ou de um roteiro que essas famílias seguem para conquistarem seguidores e serem contratados por marcas.

Baseado nas informações acima descritas, continua-se aqui a exposição deste estudo, recorrendo sempre que necessário às narrativas dessas crianças para a exemplificação dos argumentos utilizados.

1.2. Autonomia nas escolhas do que se produz ou acompanhamento de um roteiro?

Considerando que, de acordo com os termos de uso, a idade para a utilização das plataformas *Instagram* e *TikTok* é de no mínimo 13 anos e que os perfis de crianças com idade inferior devem ser monitorados e gerenciados pelos genitores ou responsáveis legais, este estudo propõe a reflexão, compreensão e questionamento sobre a participação das crianças de 0 a 6 anos nessas mídias, pois, como já foi dito, para que ocorra uma participação genuína é preciso que haja liberdade.

Guizzo, Balduzzi e Lazzari (2019), pontuam que essa liberdade depende de não entrar na lógica capitalista de produção, respeitando o tempo da criança, a fim de que ela possa construir sua cultura infantil. Analisando os perfis das crianças, foi constatado que existe uma necessidade, por parte dos pais, de manter uma frequência de postagens, a fim de que o algoritmo não diminua a relevância e visibilidade do perfil na plataforma, o que leva a criança a uma rotina de produção de conteúdo compulsória, onde ela é filmada enquanto come, dorme, toma banho, fala e brinca.

Diferente das crianças que possuem canais no *Youtube* e produzem conteúdos direcionados ao público infantil, as crianças do *Instagram* e *TikTok* possuem um público adulto, em sua grande maioria, e fazem sucesso nas plataformas produzindo conteúdos que causam identificação neste público. Por exemplo, quando Juju Teófilo (5 anos) fala sobre dietas de emagrecimento e diz que a situação está difícil porque precisa de dólares, ou quando Bettina dá conselhos amorosos a suas seguidoras, suas falas ganham grande repercussão e são compartilhadas milhares de vezes. Assim sendo, também é difícil falar em cultura de pares, visto que, de acordo com Corsaro (2011), a cultura de pares infantil pode ser definida como um conjunto estável de rotinas ou atividades, valores, artefatos e preocupações que as crianças vão produzindo e compartilhando em interação com outras crianças.

Entretanto, muitas vezes é sim possível constatar a produção de cultura infantil, enquanto se assiste às brincadeiras e diálogos espontâneos das crianças. Em um vídeo postado no dia 02 de julho de 2021, Bernardo (@leopaidosbe), de quatro anos, entrevista seu irmão Bento, de três anos. Suas perguntas são espontâneas, improvisadas por Bernardo no momento da entrevista, assim como as respostas de Bento, como pode ser observada na transcrição a seguir.

Bernardo: De que você gosta de brincar com seu irmão?

Bento: Pula-pula

Bernardo: Pula-pula? Quando chegar seu aniversário ‘tu vai’ gostar de brincar? (olha pra câmera e diz) Já até passou né gente, por que estou perguntando isso (...)

Bernardo: Se ‘tu seresse’ um adulto, qual ‘tu ia’ dar o nome do teu filho?

Bento: Dinossauro Rex (...)

(Transcrição da entrevista do vídeo “entrevistando meu irmão, parte 2”, postado no perfil do Instagram em 06 de julho de 2021)

Bernardo (4 anos), também pergunta se Bento (3 anos) prefere chocolate pirulito, sorvete ou picolé, frio ou calor, e encerra a curta entrevista olhando para a câmera e dizendo “gente, esse foi o vídeo de hoje, se inscreve aí, deixa muitos *likes*, que eu não vejo a hora do meu pai *quiser* fazer parte 3”. Sobre isto, de acordo com Dip e Tebet (2019), é pertinente lembrar que o que as crianças fazem, falam, e a maneira como interpretam o mundo diz respeito a algo que é presente, contemporâneo. Assim, num processo denominado como Reprodução Interpretativa, a criança vai recriando a cultura dos adultos com os quais convivem, numa tentativa de dar sentido a essas atividades.

Em outro momento foi possível acompanhar a riqueza de uma história que Beatriz (3 anos), reinventou. Mesmo conhecendo a versão original, ela se esforça para criar a sua própria versão da história “A casa”, de Vinícius de Moraes, a partir das figuras de seu livro, que geralmente reflete suas reflexões sobre a vida:

A girafa, o cachorro, o coelho, a raposa e o jacaré, não ficaram na casa e o passarinho pegou todo o telhado e deu para outra criança que não tem casa, nem telhado. O passarinho pegou todo o chão para dar para outra casa que não tem chão e o urso, a girafa o coelho e o jacaré ficou sem casa e sem chão para brincar... O passarinho levou o penico e todos fizeram xixi no chão. O xixi estava branco porque eles tomaram muita água. (Beatriz, @gêmeasdafer, 20 de agosto de 2021).

Alice (3 anos) às vezes interfere na história da irmã e discorda de suas falas. Quando não estão de acordo em diversas ocasiões, elas negociam e todos esses momentos são mostrados. Por exemplo, um dia as duas queriam o mesmo sapato, então elas decidiram vestir um pé de cada cor e a mãe respeitou a decisão. Vemos que é através do brincar que se dá o processo em que as crianças expressam seus medos, preocupações, conflitos, resolvem suas confusões e criam suas formas peculiares de interpretar o mundo, que Corsaro (1993, 2002, 2009) denomina como “reprodução interpretativa” – uma das principais marcas das culturas infantis.



Fonte: Elaboração própria - Captura de tela do Instagram @gemeasdafer, agosto de 2021

Nos três primeiros quadros de imagens, vê-se a escrita da mãe narrando as cenas e a história, fazendo com que os seguidores e seguidoras entendam que está ali em exposição um processo criativo de uma das gêmeas, que passa pela discussão entre elas das imagens dispostas no livro de literatura, uma vez que as duas ainda não sabem ler. Como demarca Girardello (2016), a literatura é uma potente articuladora do processo de constituição da imaginação das crianças, existindo:

Um laço indissolúvel [que] une a narrativa à imaginação, e as crianças têm necessidade das imagens fornecidas pelas histórias como estímulo para a sua própria criação subjetiva, para sua exploração estética e afetiva dos meandros do mundo. A necessidade de histórias tem sido identificada como um aspecto central na vida imaginativa das crianças. As histórias permitem um exercício constante da imaginação em seu aspecto mais visual. (GIRARDELLO, 2016, p. 82).

No quarto quadro de imagem, já podemos identificar as gêmeas em um espaço que, pela porta de aço, aparenta ser um elevador, e a mãe escreve que as duas trocaram os sapatos “para não dar briga”, o que nos permite aferir um acordo entre as pequenas, mas que a mãe aproveita também para aparecer na cena informando que ela trocou de calçado e que estava calor, colocando o informativo de 30 graus para confirmar sua escrita. Com isso, a mãe consegue pisar no mesmo espaço da popularidade das filhas.

De acordo com os conceitos apresentados, considera-se que houve produção de cultura infantil, na esfera específica do vídeo da entrevista de Bernardo e Bento, assim como na contação de história de Beatriz para Alice, porém não no contexto dos perfis

como um todo, visto que os pais administram os perfis e escolhem as narrativas postadas, além de também serem bastante presentes na frente das câmeras.

1.3. A Participação

No estudo feito por Sampaio, Pereira e Cavalcante (2021) sobre crianças *youtubers*, as autoras constataram que, ainda que as crianças assumam lugares de destaque na construção dos vídeos, a presença de adultos é bastante frequente. São eles que operam as câmeras, contracenam com as crianças e escrevem roteiros. Além disso, o discurso reproduzido nos vídeos é adulto e reforça estereótipos e preconceitos. Para elas, esse espaço de comunicação das crianças oportunizado pelas tecnologias, tem um grande potencial para novas narrativas, porém segue impregnado por valores da sociedade consumista, aludindo ao poder aquisitivo como representação de sucesso.

De acordo com Dip e Tebet (2019), as crianças não são seres rasos que necessitam ser preenchidos com o conhecimento dos adultos, pois possuem seus próprios conhecimentos e percepções do mundo, porém, segundo as autoras, é preciso ter claro que crianças e adultos assumem responsabilidades e preocupações diferentes. Essa configuração muitas vezes divide opiniões e dificulta muito o discernimento sobre o que é “coisa de criança” (BENN, 2019) e “coisa de adulto”.

Para Pires e Branco (2007), é muito complexo o compartilhamento de responsabilidades entre adultos e crianças num contexto decisório, em que o objetivo é interesse de todos.

As propostas abstratas e a responsabilidade por disponibilizar os meios para a realização das ações concretas, de algum modo, precisam ser compatibilizadas. Por isso, hierarquizar os tipos de participação, ainda que sob a alegação de categorização para fins acadêmicos, é impróprio. Uma vez que nos processos decisórios estão envolvidas competências distintas, recursos de diversas ordens, motivos, conhecimentos, percepções, normas, é muito mais aceitável pensar que haverá um fluxo de compromissos e propostas que se alternará entre crianças e adultos, conforme as possibilidades de contribuição e cooperação dos diferentes grupos (...). Sob o ponto de vista do processo decisório, interessa garantir a ampla participação, entendendo-se que, caso a caso, haverá limitações segundo as quais crianças ou adultos sobressairão em determinado momento. (PIRES; BRANCO, 2007, p. 313).

Numa brevíssima recapitulação da história da infância, esses mesmos autores lembram que, durante a Idade Média europeia, a definição da infância estava relacionada com a capacidade das crianças de participarem dos trabalhos e das atividades sociais

juntamente com os adultos, com quem interagiam e aprendiam o que deviam saber ajudando os adultos. Já a partir do século XVIII, a religião passou a enfatizar a fragilidade e inocência da criança, de forma que o cuidado da infância seria enfatizado até os dias de hoje.

Adultos e crianças se diferenciam cada vez mais com o objetivo de garantir os mitos da inocência, da excessiva vulnerabilidade, e da incapacidade, cujos efeitos se fazem sentir nos dias atuais, o que é apontado em estudos recentes. (PIRES; BRANCO, 2007, p. 315).

Com o tempo, segundo os mesmos autores, a idade se tornou um fator de caracterização da infância, principalmente por motivos jurídicos. As crianças começaram a ser mais protegidas pela área da saúde e passaram a frequentar escolas por mais anos, de forma que não mais conviviam tanto com adultos, o que contribuiu ainda mais para a diferenciação entre adultos e crianças. Dessa forma, a vida infantil, paradoxalmente, passou a ser invadida por adultos especialistas de diversas áreas que regulamentam o que é bom ou ruim. (PIRES; BRANCO, 2007).

O conceito sociológico atual de infância se constrói a partir da formação de um corpo de especialistas, da institucionalização da escola, bem como do desenvolvimento de teorias e de técnicas específicas para lidar com as crianças. (PIRES; BRANCO, 2007, p. 315).

Para esses autores, essa institucionalização dos cuidados com a criança e o longo tempo que passam na escola se tornaram impedimentos para a participação infantil, visto que os adultos exercem grande controle nos ambientes que deveriam ser infantis, como a escola. Nenhuma das crianças observadas nesta pesquisa produzem os roteiros, editam vídeos ou assinam os contratos publicitários. Algumas, porém, demonstram alguma consciência da exposição de suas imagens, aparecem felizes na produção dos conteúdos, pedem para ser filmadas e se orgulham do sucesso com o público, de maneira que não é difícil constatar, seguindo os conceitos de Pires e Branco (2007), que há participação genuína na medida que é possível.

De acordo com Voltarelli (2018), em seu estudo sobre o protagonismo infantil na América Latina, a partir da Convenção dos Direitos da Crianças, em 1989, se observam mudanças políticas e sociais que favorecem o direito de participação infantil, de liberdade de expressão e de pensamento, aumentando assim, sua visibilidade social. Segundo essa autora, para que se promova uma verdadeira participação e protagonismo infantil na

sociedade é necessário superar o adultocentrismo e rever as relações de dependência e subordinação que foram construídas historicamente. Além disso, é necessário, segundo Voltarelli (2018), reconhecer que essa participação se daria em um contexto socioeconômico de muitas desigualdades, de forma que essa luta se associa também às lutas contra a discriminação, subordinação e segregação social. Esse ponto de vista contribui com este estudo, visto que ficou constatado uma seletividade por parte do público, para com as crianças consideradas dignas de serem ouvidas. Um interesse genuíno pela participação das crianças não levaria em conta uma diversidade maior de vozes infantis? Acerca da participação social das crianças, Voltarelli e Gomes (2020) entrevistaram a professora Letícia Nascimento e na referida entrevista é possível identificar que a pesquisadora compreende que ela é um direito e somente através dela será possível vencer a invisibilidade da infância, porém pouco ainda se sabe sobre o assunto.

Vejo que uma principal definição de participação aponta o direito delas se manifestarem sobre as coisas que elas fazem, vivem e sobre o entorno do qual elas fazem parte. Poder tomar decisões a partir dos elementos que elas têm, no sentido de lidar e construir acordos na relação com os adultos, pois algo que tenho muito claro é que não há um mundo das crianças, isolado. As crianças vão construindo as coisas em relação ao que o mundo lhes oferece, considerando que esse mundo é regido pelos adultos. Esses acordos requerem acertos, negociações e demais elementos que perpassam essas relações. Nesse sentido, meu debate é sobre a participação da infância enquanto categoria social e estrutural. (NASCIMENTO in VOLTARELLI, GOMES, 2020, p. 8).

Esta mesma autora acredita que seja possível desenvolver ações para favorecer a participação social das crianças, reconhecendo-as como pessoas competentes, vendo-as e ouvindo-as como sujeitos, entendendo que elas são agentes, considerando as brincadeiras como forma de organização de repertórios e negociando espaços onde elas possam se manifestar e participar.

Mesmo supondo que não haja mal algum na participação das crianças no mundo adulto e que a internet possa ser um ambiente saudável para as crianças, deve-se ainda considerar que há aspectos da sociedade dos quais as crianças não devem participar para o bem de seu desenvolvimento, como trabalho e vida sexual. Assim, como seria possível continuar respeitando e protegendo as crianças, ao mesmo tempo que se lucra com sua imagem, sem que ela ao menos tenha consciência disso? Em quais critérios de proteção nos basearíamos para não permitir que a criança atue como “*blogueira*” e tenha oportunidades de melhorar sua vida financeira e melhorar sua qualidade de vida sem

desrespeitar a liberdade de comunicação da criança? Como não se preocupar que essas crianças estejam vulneráveis à pedofilia, exploração infantil por parte dos pais, ofensas e ódios na internet e futuros problemas psicológicos advindos da vida pública? Todos esses questionamentos serão aprofundados no próximo capítulo.

2. CRIANÇAS NA REDE: CONSIDERAÇÕES E PROPOSIÇÕES

Para iniciar esta segunda parte da discussão, é importante compreender que neste capítulo o foco se volta para a ocupação do espaço virtual, por parte da infância, pois, como afirmam Girardello, Fantin e Pereira (2021), se, ao longo do século XX, sucederam-se no debate público as vozes contrárias e favoráveis a que crianças lessem histórias em quadrinhos, assistissem à televisão e usassem o computador, avançamos pelo segundo milênio com algumas questões não novas, mas reconfiguradas sobre o espaço das redes sociais. Para essas autoras e autor:

A intensidade com que as crianças hoje se dedicam à criação e publicação de fotos, vídeos, blogs, memes e outros gêneros textuais é um aspecto central da infância contemporânea, protegido pelo direito das crianças à participação na cultura. Todavia, se, de um lado, celebramos o protagonismo infantil e a vitalidade criadora que a Internet favorece, isso não significa, de outro, abrir mão de nossa responsabilidade, como adultos, de buscar garantir que cada criança seja socializada nos padrões éticos emergentes que são necessários para moldar as suas práticas como produtores de mídia e participantes em comunidades on-line. (GIRARDELLO; FANTIN; PEREIRA, 2021. p.02).

De acordo com Couto (2013), a tecnologia digital medeia cada vez mais as nossas relações e organiza o cotidiano, e isso não pode ser diferente para as crianças. Assim, o que ele chama de *cibercultura infantil* deve ser entendido para além dos aparelhos e dos usos, pois ela é, principalmente, o conjunto variado de saberes e atitudes, de conteúdos produzidos por e para a infância no meio virtual.

A cibercultura infantil não encurta a infância, não sacrifica as brincadeiras, não torna as crianças adultos chatos e precoces. Inseridas no mundo digital, vivendo criativamente a promoção da cultura em rede, as crianças fundem e confundem sentidos diversos do brincar. Imaginam e criam possibilidades de experimentar cada vez mais sensações. Tocar telas é brincar. (COUTO, 2013, p. 910).

De fato, analisando os conteúdos das nossas crianças pesquisadas, vê-se que a maioria delas brincam e se divertem enquanto “produzem” esses conteúdos. Segundo Tomaz (2017):

As crianças já vêm de uma cultura audiovisual que expõe o mundo para elas. A televisão vem funcionando, nas últimas décadas, como se fosse uma janela para o mundo que as crianças utilizam. O YouTube, além de continuar sendo uma janela para o mundo, um dispositivo que permite às crianças verem para além das paredes da sua casa, para além da formação da sua própria família, é também uma câmera para dentro. Elas não só veem o mundo como são vistas por ele. É

uma janela para elas também. É uma janela para a infância. É um modo de serem observadas e não só de observarem o mundo. (TOMAZ, 2017 p. 37).

Neste capítulo, o foco do estudo recai sobre as leis de publicidade e trabalho infantil, além de levantar questionamentos sobre as consequências para as crianças da exploração de suas imagens desde muito cedo.

2.1. Os debates e as leis em torno do trabalho infantil artístico

Independente da possível diversão das crianças na produção de conteúdo, essas atividades estão enquadradas como trabalho infantil. A Constituição Federal, em seu artigo 7º, inciso XXXIII, proíbe "qualquer trabalho a menores de 16 anos, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 anos". Além disso, de acordo com a Convenção 138 da Organização Internacional de Trabalho, de 1973, configura-se trabalho infantil artístico:

Toda atividade artística desenvolvida em palcos, teatros, circos, televisão, ou em qualquer tipo de publicidade por crianças e adolescentes. Ainda que não haja remuneração direta dessas atividades, mesmo quando a exposição se dá em troca de produtos, ou pela simples oportunidade de maior reconhecimento e possibilidade de novos contratos, fica caracterizado o trabalho infantil artístico. (OIT 138, 1973, s/p).

No dia 06 de julho de 2019, o deputado Eduardo Bolsonaro, postou uma imagem em seu perfil no *Twitter* contendo fotos de atrizes, apresentadores e cantores que iniciaram muito jovens suas carreiras na televisão, a fim de levantar um debate sobre a regularização do trabalho infantil como forma de combater a marginalidade.

É pertinente destacar que essa defesa do deputado ao trabalho infantil como ator ou atriz não vem embasada de uma discussão científica, como tudo que se relaciona com o atual governo, e sim em defesa ao presidente Jair Bolsonaro que, no dia anterior, em vídeo de transmissão ao vivo pelas suas redes sociais, defendeu o trabalho infantil dando a si mesmo como exemplo.

Imagem 3: Tweet de Eduardo Bolsonaro



Fonte: Twitter, 6/07/2019 – acervo da pesquisa

Não é possível esquecer, como pondera Martins (2016), que as estrelas mirins sempre encantaram os adultos no mundo todo e esse sucesso sempre vem acompanhado de muito reconhecimento, prestígio, glamour e altos salários. Por essa razão, muitas vezes, os próprios pais estimulam seus filhos a serem artistas, com o intuito de serem reconhecidos ou por questões financeiras. A sociedade, de acordo, segundo Martins (2016), enxerga o trabalho infantil artístico como algo normal e até positivo, que está ligado a padrões de fama e prestígio.

Em contrapartida, os autores Filho e Marcelino (2020), alegam que qualquer forma de trabalho infantil pode ser abusiva, exploratória ou traumatizante, mesmo as asseguradas pelas exceções comportadas no nosso ordenamento jurídico, que segundo os autores, passam despercebidas pelo envolvimento de seu *glamour*. Segundo o ponto de vista desses autores, baseado numa percepção jurídica, as crianças são ingênuas e inocentes e por isso, estão à mercê dos contratantes e responsáveis, além de possuir limites físicos e psicológicos, que uma vez infringidos podem resultar em trauma vitalício

no futuro. Ainda na opinião desses autores, as crianças na internet estão expostas a inúmeros riscos, como o abuso sexual virtual, *cyberbullying*, exploração sexual, exposição a conteúdos inapropriados, entre outros. Além disso, para eles as crianças são privadas de brincar, criar, imaginar, fazer novos amigos, o que atrapalharia o desenvolvimento da criança.

As pessoas cujas imagens foram utilizadas pelo deputado para a representação do trabalho infantil artístico, hoje adultas, são atrizes e apresentadoras, e suas carreiras foram construídas na televisão. Os trabalhos dessas atrizes não estavam relacionados a vida pessoal e seus momentos íntimos eram resguardados, o que não acontece nessa nova profissão denominada “Criador de Conteúdos” ou “*Digital Influencers*”.

De acordo com Martins (2016), o SBT, hoje em dia, é a emissora de TV brasileira que mais emprega menores de idade e, como condição, é obrigado a prestar qualquer tipo de ajuda a seus artistas mirins, como, por exemplo, psicólogo, nutricionista, e até mesmo professor particular se for o caso, além de acompanhar o desempenho escolar desses menores, pois qualquer baixa no rendimento escolar dos mesmos pode acarretar perda de permissão para trabalhar. Além disso, segundo o artigo, o trabalho na emissora prevê a remuneração, férias e outros direitos trabalhistas, ao contrário do trabalho realizado através das redes sociais.

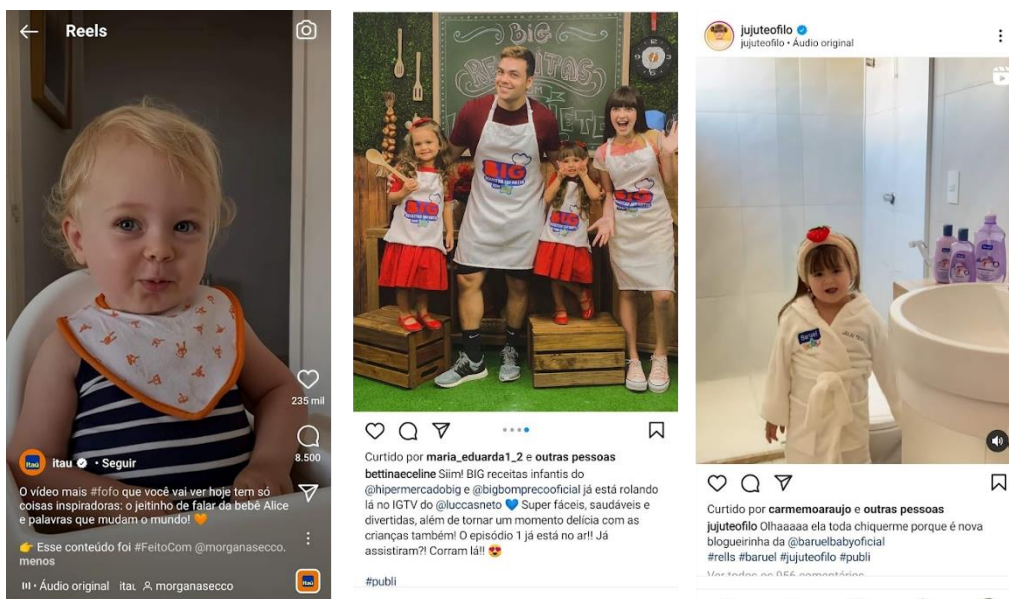
2.1.1 Profissão: Criador de conteúdo

De acordo com Filho e Marcelino (2020), essa nova profissão denominada “Produtor de conteúdo” (ou criador de conteúdo), surge em 2007, através da plataforma *YouTube*, que iniciou o pagamento de direitos autorais e os anúncios dentro dos vídeos. A monetização se dá da seguinte forma: aquele que tem um canal, produz vídeos no intuito de conseguir o maior alcance possível com inscrições, visualizações e curtidas proporcionalmente convertidos em dólar, visto que as marcas inserem propagandas de seus produtos no decorrer do vídeo. Essa nova profissão foi denominada como *Youtuber*. De acordo com os autores, observando o sucesso da profissão, muitas pessoas começam a aplicá-la de forma aludida a outras plataformas, conhecidos como *Digitais Influencers*, por influenciar os pensamentos, opiniões e compras dos internautas. Mediante fotos e vídeos de produtos e lugares, os criadores de conteúdos conseguem vender um estilo de vida. Realizam trabalhos por meio de acordos, permutas, brindes ou dinheiro, propagam o produto e mantêm vínculo direto com a empresa contratante.

O crescimento e a influência desses criadores, por vezes é tamanho que eles criam uma marca própria, como é o caso de Bettina (5 anos) e Céline (4 anos), que em dezembro de 2021 lançaram a marca de roupas “Por Bettina e Céline”. De acordo com a mãe, Alessandra Galli, na publicação de inauguração da marca, no dia 10 de dezembro de 2021, na página da marca @porbettinaeceline, “... Elas fazem parte de todo o passo a passo da criação, nos mínimos detalhes e sentem o quanto é desafiador e emocionante desenvolver algo que vêm delas - que são elas...” (transcrição).

Dentre os trabalhos que podem ser desenvolvidos por um Influenciador Digital estão: participação em inaugurações e eventos para divulgação de marcas, sessões de fotos, memorização de textos, ensaio de coreografias, produção de vídeos e, além disso, existe o assédio dos fãs nos lugares que frequentam e a necessidade de atender às pessoas que se aproximam para pedir uma foto.

Imagem 4: Alice, Bettina e Celine, e Jujú Teófilo em posts publicitários



Fonte: Instagram, @morganasecco, @bettinaeceline, @jujuteofilo, 2021 – acervo da pesquisa

Sobre o assédio dos fãs, uma seguidora de Noah (3 anos), através da caixa de perguntas no *Instagram*, pergunta “O Noah se incomoda com as pessoas pedindo fotos com ele?”. Em resposta, a mãe de Noah diz, “Ele se incomoda em determinados momentos. Às vezes ele quer tirar, às vezes não. As pessoas sempre perguntam pra ele e ele mesmo responde se quer ou não. Respeitamos muito isso. Às vezes ele se incomoda

quando está comendo, mas acaba tirando...” Além da agenda cheia de atividades, é necessário questionar o destino da alta remuneração dos trabalhos realizados.

Sobre Noah (3 anos), a revista Veja publicou, em 01 de setembro de 2021, um artigo intitulado “PEQUENINO, MAS LUCRATIVO”. Neste artigo os pais revelam que o garotinho faz publicidade para marcas como Coca-Cola, Rappi e Itaú e que cada foto publicitária custa quatro mil reais. Além disso, a mãe revela que Noah possui uma rotina de gravação diária e que ela teria deixado o próprio emprego para se dedicar a administrar a carreira do filho. Uma outra fala sobre o assunto que chama a atenção é um vídeo produzido pelos pais de Flávia Louise (1 ano), postado no dia 09 de julho de 2021, onde Flávia aparece fazendo uma coreografia enquanto a legenda diz “*Papai e mamãe preocupados com os gastos que teriam comigo, agora sou eu que sustento eles*”.

Imagem 5 - Matéria da revista Veja sobre os lucros de Noah



Imagem 6 – Flávia em vídeo sobre sustentar seus pais



Fonte: Elaboração própria - Captura de tela do *TikTok* @flavinhallouise, 2020

De acordo com Filho e Marcelino (2020), uma das grandes dúvidas sobre o trabalho infantil é em relação à destinação da renda advinda dos cachês, já que o menor de idade não tem capacidade civil de administrar seus recursos financeiros, de forma que a administração fica a critério dos pais. A criança pode pedir, mas não pode exigir. Para essas autoras, a administração do dinheiro feita pelos pais facilita a possível exploração da criança.

Sendo assim, a criança é um sujeito de direitos que ainda não possui todos os direitos, considerada apta para produzir cultura e entretenimento nas redes sociais, não está apta a administrar seus rendimentos. Um grande problema em torno da discussão parece ser a falta de legislação a respeito desse tipo de trabalho, por ainda se tratar de uma profissão nova. De acordo com Filho e Marcelino (2020), é entendido que influenciador não é uma atividade regulamentada, por isso não pode ser considerado um trabalho propriamente dito, pois trata-se de um serviço informal desenvolvido pela família e, por meio dessa atividade empreendedora, a criança tem benefícios.

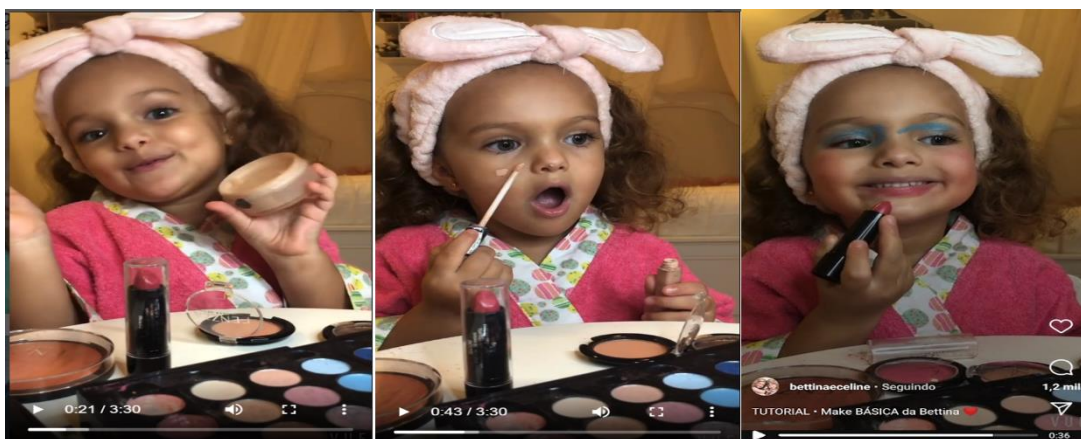
Segundo as autoras Girardello, Hoffmann e Sampaio (2021), os direitos das crianças à proteção, à provisão e à participação em sua relação com as mídias são balizas importantes, reconhecidos pela Convenção dos Direitos das Crianças (CDC) desde 1989 (UNICEF, 2019). Porém, existe uma dificuldade na implementação das políticas que

regulamentam as mídias para garantir esses direitos, o que sobrecarrega ainda mais a escola e os educadores diante de uma pauta que deveria dizer respeito a toda a sociedade. Para essas autoras, é urgente o debate público sobre temas como: as mediações na escola e na família ao uso de dispositivos móveis pelas crianças; os atravessamentos entre consumo, infância e gênero; e as imagens das crianças no discurso midiático: o que se mostra e o que se esconde.

2.1.2 O brincar de ser vendedora ou vendedor em frente à tela

Atentando-se para o que as crianças ou seus responsáveis postam, em alguns vídeos, Bettina (5 anos) finge se maquiar e vestir sozinha. O resultado de sua produção é muito elaborado, com perucas e fantasias. Trata-se de uma criança muito comunicativa, que interage com intimidade e parece se divertir com a brincadeira de produção de vídeo. No dia 31 de março de 2020, Bettina apresenta, em vídeo, um tutorial de maquiagem básica, que ela diz usar no seu dia a dia. Nesse vídeo ela conversa diretamente com os seguidores olhando para a câmera e os chamando de “bonecas”. Bettina usa produtos de maquiagens reais e se pinta sozinha, ensinando o passo a passo. Ao finalizar o vídeo, ela pergunta se os seguidores gostaram e pede para que “deixem o *like* e se inscrevam”.

Imagem 7 – Bettina faz tutorial de maquiagem básica



Fonte: Elaboração própria - Captura de tela do Instagram @bettinaeceline, 2020

Duas questões podem ser consideradas nesse trecho protagonizado por Bettina (5 anos). A primeira, é a relação com o universo do brincar tal como a pesquisadora italiana Anna Bondioli (2007) explicita. Além da brincadeira ser uma oportunidade de a

criança expressar suas experiências, suas emoções, quando ela é compartilhada pode ser considerada um diálogo entre as crianças e seus pares e entre elas e os adultos à sua volta. O adulto que brinca com a criança ou, no caso do vídeo da Bettina (5 anos), participa ou aprecia a brincadeira dela, que são ali identificados como “bonecas”, “demonstra estar pronto a ouvir e comunica-lhe a ideia de que a liberdade, o prazer, a invenção, que caracterizam o jogo, são valores apreciáveis, não somente atitudes pueris e infantis” (BONDIOLI, 2007, p. 51). E isso permite compreender a segunda ação da Bettina (5 anos) que é a de pedir *like* e que as pessoas se inscrevam no seu canal. Para ela, esta ação faz parte da brincadeira e ela pode estar relacionando mais a um aumento de quantidade de pessoas que participarão de suas brincadeiras, de suas criações compartilhadas, do que na dinâmica mercadológica que é própria do universo do adulto, ou seja uma preocupação de seus pais e não dela. Também é importante lembrar que Bettina usa produtos de maquiagem que não são infantis e há possibilidade de alguns desses produtos serem tóxicos para crianças.

Numa postagem de 27 de maio de 2020, aparece o primeiro vídeo de publicidade paga, do qual Bettina (5 anos) é protagonista. Trata-se de propaganda de suplemento alimentar infantil, da marca *Gummy Kids*, vendidos em forma de balas gelatinosas, que auxiliam no aumento da imunidade.

2.1.3. Publicidade com crianças e para crianças

Por publicidade infantil entende-se a divulgação de produtos e serviços voltados para crianças. Devido à vulnerabilidade deste público, ela vem sendo caracterizada como abusiva e já existem alguns marcos legais importantes sobre o assunto. O próprio Código de Defesa do Consumidor (CDC) em seu Art. 37³, já define que a publicidade dirigida a crianças se aproveita da deficiência de julgamento e experiência desse público e, portanto, é abusiva e ilegal. O Marco Legal da Primeira Infância (Lei nº 13.257/2016) determina a proteção da criança contra toda forma de violência e pressão consumista e a adoção de medidas que evitem a exposição precoce à comunicação mercadológica. A Resolução nº 163 de 2014 do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (Conanda) reforça o CDC ao detalhar o conceito de abusividade de toda e qualquer publicidade dirigida ao público infantil, com o intuito de persuadi-lo ao consumo de produtos e

³ Lei nº: 8.078/1990 – Código de Defesa do Consumidor (CDC) Ar. 37, parágrafo 2.

serviços. Tudo isso porque, direcionar publicidade diretamente ao público infantil pode ser uma estratégia das empresas para utilizar as crianças como uma espécie de promotoras de vendas para seus pais. Essas leis são conquistas muito recentes e estão relacionadas ao estímulo do consumo que vem sendo agravado pela ideia de positivar um empreendedorismo digital desde a infância.

Entretanto, representar crianças em propagandas de produtos não é contra a lei, nem considerado antiético, visto que as crianças fazem parte da sociedade. Não é ilegal uma peça publicitária direcionada para o público adulto contar com a participação de crianças, desde que seja uma atividade compatível com a sua idade e com a legislação. Isso não a torna uma publicidade infantil.

Ao longo da pesquisa foram encontrados registros de processos no Boletim 221 do CONAR (Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária), publicado em Março de 2021, em nome de Juju Teófilo (5 anos), por causa de uma propaganda de biscoitos considerada abusiva, pois incentivaria o consumo excessivo, além da falta de sinalização da publicidade (lembrando que nos conteúdos produzidos por esta influenciadora é recorrente o discurso sobre dietas e emagrecimento). Além deste, no mesmo Boletim 221 do CONAR, encontramos uma denúncia sobre um anúncio em redes sociais por ocasião do Dia das Crianças, de responsabilidade do Grupo Big e das influenciadoras Bettina (5 anos) e Celine (4 anos). A denúncia foi feita por parte de um consumidor, que considera que a peça publicitária pode ser confundida com conteúdo editorial.

Dentre as principais marcas contratantes das crianças pesquisadas neste trabalho estão o Banco Itaú, a rede de Supermercados Big, Postos Ipiranga, Gummy Kids, Intelbras, Sodastream, Baruel Baby, Helioderm, Loccitane, entre outras. Essas empresas se utilizam dos ternos rostos dessas crianças para transformar sua marca em algo pessoal, caloroso e humano. Quem não confiaria numa bebê fofa que diz palavras de impacto que, de acordo com o Banco Itaú, “mudam o mundo”? Entretanto, um comentário na postagem do vídeo de Alice (2 anos) feita nas redes sociais deste banco diz “ensina ela a dizer ‘taxas de juros abusivas’”. Este mesmo vídeo, que foi fortemente divulgado também nas mídias televisivas, se tornou alvo de críticas e ódio no *Twitter*⁴, no final de dezembro de 2021.

⁴ Rede social que simula um blog pessoal, voltada a difundir informações rápidas e curtas, geralmente com linguagem impactante (Fonte: <https://www.mlabs.com.br/blog/twitter/>).

Legendando os *memes*⁵, feitos com a imagem da garotinha, as pessoas diziam ter “*ranço*” da bebê e “*não suportar mais ver sua cara*”, isso porque sua imagem e discurso vieram relacionadas a um excesso de positividade, num momento de crise no país. Este episódio de ridicularização da criança, sem que ela ao menos haja consciência de ter participado de uma ação publicitária para um banco, nos leva a constatar que, mesmo a criança não tendo sido exposta a uma situação vexatória para a realização da publicidade, seu nome e imagem podem ser associados a interpretações pessoais sobre a abordagem da marca, o que expõe a criança à xingamentos e discursos violentos.

Imagem 8 – Críticas à propaganda do Banco Itaú



Fonte: Elaboração própria - Captura de tela do TikTok, dezembro de 2021

Imagem 9 – Alice vira alvo de ódio no Twitter

⁵ Termo utilizado na internet para referir alguma informação em imagem, mensagem, vídeo, frase, ideia, música e etc., que se espalhe entre vários usuários rapidamente, alcançando muita popularidade.



Fonte: Elaboração própria - Captura de tela do Instagram Twitter, dezembro de 2020

Além disso, ainda que as publicidades realizadas estejam dentro da lei, também é importante questionar se estas crianças não vêm sendo “adultizadas” em seus discursos e em suas maneiras de agir. Como é possível notar, a maioria das marcas que vêm contratando as crianças pesquisadas são de produtos direcionados ao mundo adulto. Nas propagandas, muitas vezes as crianças aparecem segurando o produto, posando para fotos ou falando sobre os benefícios da marca. Em alguns casos, as mães aparecem nos stories mostrando os produtos que receberam, como roupas e acessórios, dizendo que as crianças vão amar e fazendo-as confirmar a informação. Ao contrário do que acontece nos vídeos infantis do *YouTube*, onde as crianças mostram presentes e testam brinquedos, incentivando o consumo de produtos infantis, no *Instagram* e *TikTok*, as crianças fingem pertencer ao mundo adulto e adotam uma linguagem adulta, como discursos motivacionais sobre dieta e relacionamentos. Assim, nas publicidades também podemos notar uma adultização do discurso, visto que está dirigido ao público adulto e não aos pares. A criança desde cedo diante de tanta informação dada pela cultura da mídia é estimulada a internalizar comportamentos, hábitos, formas de lazer e gostos semelhantes a ações típicas de uma vida adulta. Sobre essa discussão, Adatto (1998) postula que:

Estamos obcecados por crianças, mas isto não significa que estejamos preservando a noção de infância. Estamos obcecados porque as barreiras entre a infância e a idade adulta estão sendo rompidas, e não sabemos ao certo aonde isto leva. (ADATTO, 1998, p. 5).

Calligaris (1996) reflete sobre o sentimento de infância hoje a partir do imaginário adulto sobre a criança. Para ele, experimentamos todos os adultos um amor narcísico em relação à infância. Neste amor, espera-se que a criança ofereça a imagem de uma plenitude e de uma felicidade tal que, embora esta jamais tenha sido a do adulto, permite-

lhe amar a si mesmo. Olhamos para elas como para uma foto de nossa infância onde queremos parecer felizes e para isso as protegemos, cuidamos e satisfazemos. Este autor destaca três evidências que caracterizam o amor narcísico: a aparência de adulto, a dependência de objetos de consumo e a isenção do trabalho e despreocupação.

Assumindo esta perspectiva de Calligaris (1996), constatamos que não por acaso as crianças que mais fazem sucesso nas redes sociais são brancas de olhos claros, de classe média, sem nenhum tipo de deficiência. Elas são o reflexo de que gostaríamos de ser. Para este autor o fato marcante do novo amor parental para os novos "adultos em miniatura" é o número crescente de crianças dele excluídas.

2.2. O excesso de exposição: até que ponto os pais têm direito à imagem dos menores?

De acordo com Filho e Marcelino (2020), o influenciador mirim, em sua vulnerabilidade, pode estar sendo usado pelos pais, mesmo que não intencionalmente, para suprir suas ambições e realizar seus próprios anseios de fama e reconhecimento através dos filhos. Os laços pessoais e as relações de afeto, podem ser transformados em relações de poder regidas pela competição e pela aceleração da produtividade, sob a lógica capitalista. Para ilustrar os questionamentos desta pesquisa sobre este ponto específico, traremos aqui dois casos recentes em que a intervenção dos genitores no uso da imagem de duas influenciadoras de 13 anos, geraram grande repercussão:

I - Bel para meninas

Trata-se de uma menina conhecida como Bel, com um canal com 7,5 milhões de seguidores no *YouTube*, onde aparecia fazendo vídeos de conteúdos infantis, desde os 8 anos de idade. A polêmica sobre o caso começou por volta de maio de 2020, no *Twitter*, onde algumas pessoas levantaram a *hashtag*⁶ “Salvem Bel para meninas”. Nessa campanha, milhares de usuários alegavam que mediante os vídeos era possível perceber que Bel era usada por sua mãe, que a estaria obrigando a um comportamento excessivamente infantilizado, impedindo-a de assumir uma postura de pré-adolescente condizente com sua idade, a fim de não perder o conteúdo do canal, que sempre fora

⁶ Expressão comum nas redes sociais. Consiste em uma palavra-chave antecédida pelo símbolo ‘#’, com finalidade de categorizar os conteúdos publicados. (Fonte: <https://www.significados.com.br/hashtag/>)

baseado em sua vida infantil. Além disso, a mãe da menina foi acusada de comportamento narcisista e de expor a criança a situações de tortura e vexame para a produção de vídeos de entretenimento. A justiça interveio no caso e o canal chegou a ser interditado. Atualmente Bel tem 14 anos e continua produzindo seus vídeos.

II – Nina Rios

Trata-se de uma jovem de 14 anos que possuía uma conta com quase 2 milhões de seguidores no *TikTok*, usada principalmente para exibir coreografias. O caso ganhou grande repercussão após sua mãe exigir a exclusão dessa conta alegando “*que não achava saudável que adultos e adolescentes tenham como referência de autoconhecimento o feedback virtual que recebem nas redes sociais*”. Ela achou que o número de seguidores era ilusório e que isso só atrapalharia o processo de individualidade da filha. “*Eu não quero que ela cresça acreditando que é esse personagem. Não quero ela divulgando roupas inflamáveis de poliéster made in China. Não quero minha filha brilhante se prestando a dancinhas diárias como um babuíno treinado...*” O posicionamento desta mãe foi duramente criticado por uns e aplaudido por outros. Muitos ainda a acusaram de comportamento narcísico e questionaram o fato de ela mesma estar expondo a imagem e nome da filha para se promover e ganhar visibilidade a partir dela, já que sua atitude a levou a dar entrevista em grandes mídias.

Baseados nesses dois modelos reais, ficou constatado que a opinião pública sobre os limites dos direitos de imagem e protagonismo dos filhos é divergente e a lei não é clara sobre esses temas. De acordo com Filho e Marcelino (2020), essas atividades *cibernéticas* vivenciadas como trabalho, como as são por essas crianças, comprometem o suprimento de suas necessidades afetivas, educacionais e de lazer, que devem ser observadas, segundo os autores, com humanização e imposição, já que é dever também da família assegurar esses preceitos constitucionais.

2.3. A Possível Hipersexualização e as consequências psicológicas da fama nos pequenos

Um outro ponto importante trazido por Filho e Marcelino (2020) é a sexualização da imagem das crianças, possível consequência da hiperexposição. De acordo com esses autores, mesmo que os pais e responsáveis não tenham a intenção de expor a criança a

uma situação que envolva pedofilia, diversas vezes as imagens dos menores são tiradas de contexto e acabam em páginas e vídeos divulgados no lado obscuro da internet. Infelizmente, na plataforma TikTok é comum ver crianças pequenas fazendo coreografias de músicas com letras sexuais.⁷ De acordo com a Veja (2020), a plataforma chama a atenção dos assediadores por ser a favorita entre os usuários menores de idade, visto que, mesmo com um baixo número de seguidores, os vídeos de dancinhas podem obter grande alcance e ser vistos por milhares de pessoas.

No dia 23 de fevereiro de 2021 a atriz americana Mara Wilson, que estrelou o filme “Matilda”, mundialmente bem-sucedido, escreveu ao The New York Times, para falar de sua experiência de fama na infância e de como ela mesma, se sentindo hiperssexualizada e explorada, decidiu abandonar os holofotes. Mara falou sobre ter sido recorrentemente sexualizada pelo público e mesmo pela imprensa quando ainda era uma criança, chegando a ter seu rosto inserido digitalmente em vídeos de pornografia infantil. A atriz fala que sentia muito incomodo sobre ser perguntada aos seis anos de idade se tinha namorado, ou mesmo sua opinião, ainda enquanto criança, sobre escândalos sexuais de outros artistas de então. A atriz declara que “quando se é jovem e famosa, não se pode ter o controle de sua própria narrativa” (PAIVA, 2021), o que vem de encontro com as teorias de Filho e Marcelino (2020), quando afirmam que “*a criança faz uma confusão entre o que é ser e o que é ser visto. Toda a exposição nas redes sociais pode torná-la menos espontânea ao ponto de correr o risco de não reconhecer a própria singularidade*”.

Uma outra consequência negativa do trabalho infantil, apresentada por Filho e Marcelino (2020), são os transtornos psicológicos associados à cultura de aprovação, através dos números de likes e seguidores. Segundo eles a criança fica viciada em ser notada e aprovada e:

Entra num personagem, a fim de atender a expectativa da família e os likes dos amigos e, no fim, corresponder a padrões de corpo, comportamento, consumo. Isso pode prejudicar o desenvolvimento da identidade”, explica a psicóloga da infância Ana Flávia Fernandes, autora do blog Terapia de criança. (FILHO; MARCELINO, 2020, s/p).

Sobre este tema, uma jovem dona do perfil @feijoesmagicos, no TikTok, postou um vídeo em que dizia que sentia “pena” da bebê Alice (2 anos), pois, segundo a jovem

⁷ Não necessariamente as crianças observadas nesta pesquisa. Algumas vezes estas crianças foram observadas em situações que poderiam ser sexualizadas ou mal interpretadas, mas não é papel dessa pesquisa divulgar ou descrever essas situações.

um dia ela também havia sido uma criança prodígio que era aplaudida e elogiada por pequenas coisas, como pronunciar “libélula” corretamente, porém ela cresceu, isto parou de acontecer e a falta desse reconhecimento “é muito difícil”, em suas palavras. Assim, também podemos questionar sobre que consequências psicológicas algumas de nossas crianças pesquisadas, consideradas muito belas, poderiam ter, caso deixassem de ser referência de padrão de beleza na adolescência.

Além disso, segundo Filho e Marcelino (2020), as crianças ao terem suas agendas lotadas, vida conturbada, pouco tempo disponível e preocupações, amadurecem de forma precipitada e alteram o plano prático. Na prática, a produção de conteúdo para a internet assim como todas as formas de trabalho infantil, reduz o desempenho escolar, e mais do que isto, desmotiva as crianças de estudar, por já possuírem grande rentabilidade e responsabilidades, visto que, segundo os autores “*a pouca idade afeta o discernimento necessário para priorizar realmente o importante*”.

A última e principal consequência negativa das atividades das crianças nas redes sociais, na opinião dos Filho e Marcelino (2020), é a própria “perda da infância”. O estudo desses autores constatou que há grande divergência de profissionais da área quanto à função exercida de *digital influencer* ser ou não trabalho infantil. Alguns profissionais negam a prática ser configurada como trabalho infantil por não ter norma regulamentadora do fato. Porém, a maioria acredita que a infância desses pequenos está sendo dificultada pelas preocupações e responsabilidades relacionadas ao trabalho precoce, e ainda mais, para esses autores, esses influenciadores mirins estão prejudicando seu desenvolvimento sensorial, educacional, moral e emocional, criando grandes possibilidades de serem futuros adultos com transtornos mentais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No desenvolvimento desse trabalho se fez uma análise da atuação da infância nas redes sociais Instagram e TikTok e da sua participação a partir da identificação de crianças que estavam em evidência nessas redes sociais. As participações infantis foram avaliadas e se refletiu acerca da possível exploração trabalhista das crianças por parte de seus genitores.

Esse trabalho foi realizado mediante o acompanhamento dessas crianças em suas rotinas e em suas produções culturais exibidas detalhadamente nas plataformas. Foi possível observar a exposição da criança como atores dessas produções, porém muitas vezes essa exposição pareceu compulsória para fins de promoção dos perfis e aumento de seguidores. Diante dessas constatações, fez-se uma busca do que a legislação trabalhista disciplina sobre a natureza dessa nova forma de atuação infantil nas redes sociais, todavia encontraram-se ainda muitas lacunas.

As pesquisas envolvidas neste trabalho trouxeram muito mais questionamentos do que certezas. Se por um lado, como afirma Filho e Marcelino (2020), é necessário que a profissão de Digital Influencer Mirim seja uma atividade devidamente regulada, imposta a limites que não venham a ferir a dignidade e o direito da criança contra negligência, discriminação, exploração, violência, crueldade e opressão, dever dos pais ou responsáveis juntamente com o Estado e a sociedade, tendo como objetivo maior protegê-las; por outro lado, ainda assim não se deve confrontar o direito de liberdade artística das crianças e adolescentes como seres capazes de protagonizarem suas próprias vidas.

A criança, que antes só tinha projetos para a vida adulta, nas últimas décadas, com os avanços tecnológicos e mudanças sociais, começou a visualizar projetos pessoais a serem realizados já na infância. Sabendo que o conceito de infância é plural e está em constante mudança e evolução de acordo com a cultura vigente, é muito difícil para nós adultos, chegarmos a uma conclusão precisa da linha a ser cruzada entre a proteção e a repressão, entre a exposição e o abuso.

Essa pesquisa possibilita outros desdobramentos nas áreas da educação, psicologia e direito; especialmente no que tange ao necessário desenvolvimento de metodologias para avaliação, regulação, monitoramento e fiscalização da atividade infantil nas mídias digitais e suas potenciais consequências para o seu desenvolvimento.

PERSPECTIVAS PARA O FUTURO

A vida é fluida e muitas vezes me surpreendeu com novos caminhos que eu jamais haveria planejado. O desenvolvimento desse trabalho abre possíveis horizontes para a continuidade de estudos investigativos, em nível de pós-graduação, na área da educação infantil, protagonismo infantil e das concepções de infância na nossa sociedade.

Entretanto meu projeto mais imediato é a atuação na Secretaria de Educação do Distrito Federal a fim de colocar em prática os conhecimentos adquiridos ao longo do curso de pedagogia e contribuir para uma sociedade mais crítica.

REFERÊNCIAS

ADATTO, K. Conceito de infância passa por transformação. O Estado de São Paulo. Matéria de Peter Applebome, 25 maio 1998.

ALMEIDA, S. *O que é racismo estrutural?* Belo Horizonte: Letramento/Justificando, 2018.

ANGELIS, Fernanda de. Pilotis. In: *Brasília Concreta* – Sobre Arquitetura, Design e afins. Em 9 de outubro de 2014. Disponível em: <http://brasiliaconcreta.com.br/pilotis/> Acesso abr. 2022.

ANTONIO, D.G.R.F.; DIAS, P.L.V. Infância Contemporânea, desafios e inquietudes: uma reflexão sobre o processo de escolarização inicial. **X ANPED SUL**, 2014; Florianópolis, p.1-16. Disponível em: http://xanpedsul.faed.udesc.br/arq_pdf/2098-0.pdf Acesso em: 1 out. 2021.

ATAIDE, Jairo. Feliz como em propaganda de margarina: as representações da família brasileira na publicidade. Brasília, 2013. Monografia (Conclusão do curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda) – Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília, 2013.

BARBOSA, Etienne Baldez Louzada; VOLTARELLI, Monique Aparecida. Participação das crianças em projeto político-social elaborado por adultos: a Plenarinha no Distrito Federal. **Educação e Pesquisa**, São Paulo, v. 46, 2020. Disponível em http://educa.fcc.org.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1517-97022020000100403&lng=pt&nrm=iso. Acesso em: 14 ago. 2021.

BARBOSA, I. P. O que as crianças contam nos vídeos do *YOUTUBE*. 2018. 67 p. Trabalho de Conclusão de Curso. Faculdade de Educação, Universidade de Brasília. Brasília, Distrito Federal, 2018.

BARBOSA, Rodrigo. “Os brasileiros são nossos preferidos”. Os planos do TikTok para o país em 2020. In: **Canaltech**. Entrevista realizada por Rui Maciel. Em 21 de janeiro de 2020. Disponível em: <https://canaltech.com.br/redes-sociais/os-brasileiros-sao-nossos-preferidos-os-planos-do-tiktok-para-o-pais-em-2020-159343/> Acesso em jul. 2021.

BENN, J.F. Youtubers mirins e suas produções culturais. 2019. 94 p. Trabalho de Conclusão de Curso. Departamento de Métodos e Técnicas. Faculdade de Educação, Universidade de Brasília. Brasília, Distrito Federal, 2019.

BONDIOLI, Anna. A criança, o adulto e o jogo. In: SOUZA, Gizele de (org.) *A criança em perspectiva: olhares do mundo sobre o tempo infância*. São Paulo: Editora Cortez, 2007. p. 38-52.

BUCKINGHAM, David. Do we really need Media Education 2.0? In: DROTNER, K.; SCHRODER, K. Digital content creation. Perception, practices & perspectives. New York: Peter Lang, 2010. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/266250340_Do_We_Really_Need_Media_Education_20_Teaching_Media_in_the_Age_of_Participatory_Culture. Acesso em: 25 set. 2021.

CALLIGARIS, C. Vestida de feliz, a criança é a caricatura da felicidade impossível. **Folha de São Paulo**. 24 jul. 1994. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/1994/7/24/mais!/7.html>. Acesso em: 4 abr. 2022.

CARDOSO, L. Branquitude acrítica e crítica: a supremacia racial e o branco anti-racista. *Rev.latinoam.cienc.soc.niñez juv*, Manizales, 8(1), 2010.

CETIC. Cresce o uso de Internet durante a pandemia e número de usuários no Brasil chega a 152 milhões, é o que aponta pesquisa do Cetic.br. *Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação*. 18 ago. 2021. Disponível em: <https://cetic.br/pt/noticia/cresce-o-uso-de-internet-durante-a-pandemia-e-numero-de-usuarios-no-brasil-chega-a-152-milhoes-e-o-que-aponta-pesquisa-do-cetic-br/>. Acesso em 05 mai. 2022.

COUTO, E. S. A infância e o brincar na cultura digital. **Perspectiva**. Florianópolis, v. 31, n. 3, p. 897-916, set./dez. 2013. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/perspectiva/article/view/2175-795X.2013v31n3p897>. Acesso em: 18 set. 2021.

CORSARO, William. Sociologia da infância. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2011

DIP, F. F.; TEBET, G. G. C. Sociologia da Infância, Protagonismo Infantil e Cultura de Pares: um mapeamento da produção acadêmica sobre o tema. **Zero a Seis**, v. 21, n. 39 p. 31-50| jan-jun 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.5007/1980-4512.2019v21n39p31>. Acesso em: 8 jun. 2021.

FANON, F. *Pele negra, máscaras brancas* Salvador: EDUFBA, 2008.

FANTIN, M. Crianças, dispositivos móveis e aprendizagens formais e informais. **ETD - Educação Temática Digital**, [S. l.], v. 20, n. 1, p. 66–80, 2018. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/etd/article/view/8647545>. Acesso em: 5 nov. 2021.

FANTIN, M.; GIRARDELLO, G. Cenários de pesquisa com e sobre criança, mídia, imagens e corporeidades. **Perspectiva**, Florianópolis, v. 37, n. 1, p. 100-124, jan.–mar. 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.5007/2175-795X.2019.e54575>. Acesso em: 7 fev. 2021.

FILHO, F. DE A. DE O. L.; MARCELINO, C. P. S. Trabalho infantil cibernético: riscos e consequências da fama na internet. **Revista Brasileira de Direito e Gestão Pública**, v. 8, n. 3, p. 875-888, 7 jul. 2020. Disponível em: <https://www.gvaa.com.br/revista/index.php/RDGP/article/view/8212/7768>. Acesso em: 9. jul. 2021.

GIRARDELLO, G. Imaginação: arte e ciência na infância. **Pro-Posições**, Campinas, SP, v. 22, n. 2, p. 75–92, 2016. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/proposic/article/view/8643263>. Acesso em: 4 mai. 2021.

GIRARDELLO G.; FANTIN M.; PEREIRA R. S. Crianças e mídias: três polêmicas e desafios contemporâneos. **Cadernos Cedes**, Campinas, v. 41, n. 113, p.33-43, Jan. - Abr., 2021. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ccedes/a/fxqKvCJzXJTNGPqywrqFQqj/?lang=pt>. Acesso em: 5 jan. 2022.

GIRARDELLO, G.; HOFFMANN, A.; SAMPAIO, I. V. Pesquisas com infância e mídias: desafios atuais e inspirações. **Cadernos CEDES**, Campinas. 2021, v. 41, n. 113, pp. 1-3. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/CC231198>. Acesso em: 19 jul. 2021.

GUIZZO, B. S., BALDUZZI, L.; LAZZARI, A. Protagonismo infantil: um estudo no contexto de instituições dedicadas à educação da primeira infância em Bolonha. **Educar em Revista**. 2019, v. 35, n. 74, pp. 271-289. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/0104-4060.64245>. Acesso em: 19 jul. 2021.

INSTAGRAM. Termos de uso. Julho de 2021. Disponível em: <https://www.facebook.com/help/instagram/581066165581870>. Acesso em: 5 jan. 2022.

LIMA, Bruno I. de. A história do TikTok. In: **Oficina da Net**. Histórias digitais. Em 29 de fevereiro de 2020. Disponível em: <https://www.oficinadanet.com.br/historiasdigitais/29943-a-historia-do-tiktok>. Acesso em: jul. 2021.

LOUREIRO, Carla C.; MARCH, Rita de Cássia. Crianças e Mídias Digitais: um diálogo com pesquisadores. **Educação & Realidade**, Porto Alegre, v. 46, n. 1, e98076, 2021. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/edreal/a/5BhDNxvpg6YPG6TNz67p8Fk/>. Acesso em: set. 2021.

MAFRA, Erich. Conheça os 10 YouTubers mais bem pagos de 2020. **Jornal DCI**. Disponível em: <https://www.dci.com.br/dci-mais/celebridades/conheca-os-10-youtubers-mais-bem-pagos-de-2020/65383/>. Acesso em: 13 mai. 2021.

MARTINS, L.P. Trabalho infantil artístico: a infância por trás dos holofotes. *Âmbito Jurídico*. 01 out. 2016. Disponível em: <https://ambitojuridico.com.br/edicoes/revista-153/trabalho-infantil-artistico-a-infancia-por-tras-dos-holofotes/>. Acesso em 20 mar. 2021.

ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO (OIT). Convenção 138, de 1973. Convenção sobre a idade mínima para admissão. Disponível em: <https://bit.ly/2zdrWrF>. Acesso em 23 mai. 2021

PAIVA, Vitor. ‘Matilda’: Mara Wilson reaparece em foto atual; atriz falou sobre ser sexualizada na infância. **Hypeness**. 15 jul. 2021. Disponível em: <https://www.hypeness.com.br/2021/07/matilda-mara-wilson-reaparece-em-foto-atual-atriz-falou-sobre-ser-sexualizada-na-infancia/>. Acesso em: 04 dez. 2021.

PIRES, S. F. S.; BRANCO, A. U. Protagonismo infantil: co-construindo significados em meio às práticas sociais. *Ribeirão Preto*, 2007, v. 17, n. 38, pp. 311-320. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0103-863X2007000300002>. Acesso em: 17 ago. 2021.

PIZA, E. Porta de vidro: entrada para a branquitude. In: CARONE, I.; BENTO, M. A. S. (orgs.) *Psicologia social do racismo: estudos sobre branquitude e branqueamento no Brasil*. Petrópolis: Vozes, 2002. p.59-90.

POSTMAN, Neil. **O desaparecimento da infância**. Tradução: Suzana M. de Alencar Carvalho e José Laurentino de Melo. Rio de Janeiro: Graphia; 2005. 190 p.

SAMPAIO, I. V; PEREIRA, G. C., CAVALCANTE, A. P. P. Crianças youtubers e o exercício do direito à comunicação. **Cadernos CEDES**, Campinas, 2021, v. 41, n. 113, pp. 14-22. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/CC231374>. Acesso em 21 jul. 2021.

SILVA, P.; PEREIRA, R. M. R. Por uma ética nas produções audiovisuais na cibercultura: A infância nos vídeos virais. **Cadernos Cedes**, Campinas, v. 41, n. 113, p.23-32, Jan. - Abr., 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/CC231374>. Acesso em: 2 nov. 2021.

SILVEIRA, Jacira Cabral da. Infância na Mídia: sujeito, discurso, poderes. Dissertação de Mestrado. Porto Alegre: FAGED/UFRGS, 2000.

TIK TOK. Termos de serviço. Julho de 2021. Disponível em: https://www.tiktok.com/legal/terms-of-service?lang=pt_BR Acesso em: 5 jan. 2022.

TOCANTINS, G. M. O., WIGGERS, I. D. Infância e mídias digitais: histórias de crianças e adolescentes sobre seus cotidianos. **Cadernos CEDES**, Campinas, 2021, v. 41, n. 113, pp. 76-83. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/CC231445>. Acessado em: 17 fev. 2022.

TOMAZ, Renata. A sociabilidade automatizada das crianças brasileiras nas redes sociais. Entrevista concedida a Amanda Antunes. **Revista DESidades**, Rio de Janeiro, número 17, ano 5, p. 35-46, outubro-dezembro, 2017.

UNICEF. Convenção sobre os Direitos da Criança. Disponível em: <https://www.unicef.org/brazil/convencao-sobre-os-direitos-da-crianca>. Acesso em: 18 set. 2019.

VEJA. Como o TikTok está sendo usado para o assédio de menores de idade. Por João Batista Jr. 31/07/2020. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/columa/veja-gente/como-o-tik-tok-esta-sendo-usado-como-ferramenta-para-o-assedio-infantil/> Acesso jan. 2022.

VOLTARELLI, M. A. Los temas del protagonismo y la participación infantil en las producciones sudamericanas. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 2018, 16(2), p. 741-756. Disponível em: <https://doi.org/10.11600/1692715x.16207>. Acesso em: 20 abr. 2021.

VOLTARELLI, M. A.; GOMES, L. O. Participação social das crianças diante de cenários de crise: uma conversa com Maria Letícia Nascimento (entrevista). **Linhas Críticas**, [S. l.], v. 26, p. e33253, 2020. DOI: 10.26512/lc.v26.2020.33253. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/linhascriticas/article/view/33253>. Acesso em: 17 jan. 2022.